

신세대소비자의 선호에 관한 실태조사 : 결혼방식, 주거, 여가시설 및 탁아시설 선호를 중심으로¹⁾

A Survey Analysis on New Generation Consumers' Preferences :
Concentrated on Wedding, Housing, Lesuire Facilities, and Nursing Facilities.

서울대학교 소비자·아동학과
교수 이기춘
서울대학교 소비자·아동학과
강사 조은정
한남대학교 가정교육과
강사 양희
서울대학교 소비자·아동학과
대학원졸업 권미화

Dept. of Consumer & Child Studies, Seoul Nat'l Univ.

Prof. : Rhee, Kee-Choon

Dept. of Consumer & Child Studies, Seoul Nat'l Univ.

Lecturer : Cho, Eun-Jung

Dept. of Home Economics Education, Hannam Univ.

Lecturer : Yang, Hee

Dept. of Consumer & Child studies, Seoul Nat'l Univ.

Master : Kwon, Mi-Wha

〈목 차〉

- | | |
|-------------|-----------|
| I. 문제의 제기 | IV. 연구결과 |
| II. 이론적인 배경 | V. 결론과 제언 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |

1) 본 연구는 (주)한샘의 연구비지원으로 이루어진 「신세대소비자의 신혼주거육구와 여가시설 및 탁아시설에 대한 수요」 중의 일부임.

(Abstract)

The primary objective of this survey is to find out how New-Generation Consumers' preferences to wedding, housing, leisure facilities, and nursing facilities are different by their socio-demographic and economic characteristics. 1,227 New-Generation Consumers in Seoul and its metro-politan area whose ages are greater than 20 years and less than 35 years, and whose marital periods are less than 4 years, are selected for emperical study. The findings show that the trends of New-Generation Consumers' preferences are variety, high-quality, community-concept, and openness et al., and implicate that the supplies of goods and services for wedding, housing, leisure, and nursing should be segmented by consumers' characteristics. In addition, the findings suggest that consumer education for New-Generation Consumers and their parents should be performed according to desirable and socilly conscious consumption.

I. 문제의 제기

사회의 발전에 따라 소비자의 욕구는 급격히 변화하며 시장에 공급되는 재화와 용역은 소비자의 욕구 변화에 따라 다양화된다. 이는 재화와 용역의 생산과 공급을 전문화시킴으로써 소비자의 욕구를 보다 적절하게 충족시켜 줄 수 있다는 점에서 볼 때 소비자에게 필수적인 사회의 변화이다.

이제까지 한국사회에서는 대부분의 재화와 용역이 매우 확일적으로 공급되어 왔다. 특히, 다른 영역에 비해 결혼과 주거 및 주거관련 주변시설의 공급은 더욱 확일적이며 소비자의 불만족도 높은 편이다. 이러한 것들은 개별소비자가 결혼함으로써 가계소비자로 전이하는 과정에서 결혼초기의 가계소비자에게 필요한 재화이며 동시에 우리사회에서 공급이 불충분하여 소비자의 선택이 제한되는 부문이라는 점에서 공통적인 맥락을 지닌다.

이에 본 연구에서는 가계생활주기상 결혼식부터 신혼초기의 주요 소비대상인 결혼방식, 신혼기주거, 탁아시설, 여가시설 관련 재화와 용역에 대한 소비자의 욕구가 어떠한가 소비자의 사회경제적 특성에 따라 어떠한 차이가 나는지를 개괄적으로 검토함으로써, 이러한 재화와 용역이 소비자의 특성에 따라 다양하게 공급되어야 함을 문제제기하고자 하였다.

본 연구는 가계소비자의 선택기회증대를 문제제기한다는 점에서 가계복지향상에 기여할 수 있을 것이며 나아가 올바른 결혼 및 주거, 여가관련 문화를 지향하고자 하는 시도에 기초자료를 제공할 수 있다. 이상의 연구목적에 따라 실증적인 연구대상은 연령상으로 20세 35세, 미혼 혹은 결혼한 지 4년 이내의 기혼 남녀로 제한하였고 이는 '신세대소비자'라고 정리할 수 있었다(안창식·최일섭, 1987; 한국일보사, 1990; 조은정, 1994; 권미화, 1994 참조).

II. 이론적인 배경

1. 소비자선호(consumer preferences)의 개념

소비자학 분야에서 '소비자선호'의 개념은 재화와 용역에 대해 소비자가 원하는 바를 파악하기 위해 자리잡았다. 소비자선호란 구체적인 재화와 용역, 혹은 그 특성에 대한 개별 소비자의 수용·거부 정도라고 정의할 수 있다. 즉 재화와 용역의 양적 측면 뿐만 아니라 질적 특성에 대한 소비자의 욕구를 구체적으로 파악해 낼 수 있는 것이다(유동근, 1992; 조은정, 1994).

경제학과 소비자학에서는 유효수요의 개념을 이용하여 예산제약하에서 소비자가 선택하여 나타난 실

제 소비상태를 소비자선호의 지표라고 하였다(Fol-lain et al., 1985). 행태주의적 접근에서는 예산제약으로 인해 유효수요로 실현되지 못하는 못하더라도 구체적인 재화와 서비스에 대해 개별 소비자가 좋아하는 정도까지도 소비자의 선호에 포함시키며, 재화의 질적 특성 외에 소비자의 특성에 따라 다르다고 하였다(Chatelain et al., 1985). 이와 유사하게 마케팅 분야의 연구에서는, 선호라는 용어는 자주 사용하지 않고 있으나 ‘~에 대한 태도가 긍정적이다, 부정적이다’라는 방식으로 구체적 대상에 대한 싫고-좋음을 나타낸다(유동근, 1992).

만약 유효수요의 개념으로 소비자선호의 예측을 한정시킨다면 소비자행동은 소비자선호의 차이에서 비롯된 것이라기 보다는 자원과 가격의 차이에 의해 제약받은 것이므로 현재 소비자행동의 차이만으로는 소비자선호의 차이를 충분히 반영하지 못한다. 따라서 소비자선택행동을 통해 소비자선호를 파악할 경우, 현재 시장의 부적합성과 분체점을 지나치게 단순화시키거나, 시장에 공급되지 않아 실현되지 못한 대안은 선호로서 측정해 내지 못하므로 미래의 잠재적·기대적 선호는 알 수 없다. 또 이러한 연구는 특히 한국사회처럼 제한된 공급구조의 시장을 다양화하는 데는 기여하기 어렵다. 물론 거시적인 주택정책의 입안에는 소비자의 구매력을 전제로 유효수요 추정이 유용할 것이나 그에 앞서 ‘소비자는 어떠한 재화와 용역을 원하는가?’에 대한 기본적인 정보가 필요하다. 따라서 소비자선호의 연구에서는 ‘어떠한 재화나 용역, 혹은 그 특성’을 분류하는 것이 중요하며, 선호하는 것으로 밝혀진 재화나 용역의 양과 질적 특성을 생산과 공급에 반영함으로써 구체적인 시장세분화 및 소비자 복지상승에 도움을 주게 된다.

본 연구에서는 우선적으로 재화와 용역을 다양화시키고자하는 연구목적에 근거하여 실현되지 않은 소비자선호까지를 포괄하는 개념을 채택하였다.

2. 소비자선호의 측정

일반적으로 소비자선호를 추출하는 방법에는 설문조사나 행태분석을 통한 실증적 방법과 산문, 시, 노래, 그림, 광고 등의 자료를 통한 문헌중심의 방법이 있다. 선행연구를 검토한 결과 소비자선호의 측정에서 다음과 같은 공통점을 찾을 수 있었다(배성일, 1982; 유동근, 1992; Chatelain et al., 1985; McKinzie, 1987).

1) 대체로 가설적인 선택상황을 가정한다. 2) 뚜렷하게 자원의 제약에 대해 언급하지 않는다. 3) 설문지 이외에 사진, 그림 등 다양한 조사도구를 사용할 수 있다. 4) 구체적인 재화나 용역, 그 질적 특성을 제시하고 그것에 대한 좋음, 선택의사 등을 파악한다. 5) 응답방식은 ‘예-아니오’의 이분법, 여러가지 대안 중 하나만을 선택, ‘매우좋음-매우싫음’의 리커트 척도 등 다양하다.

이에 근거하여 본 연구에서는 다음과 같이 소비자선호를 측정하였다.

1) 선택상황을 가설적으로 설정하며 2) ‘응답하는 소비자 자신의 경우’라는 제한상황을 제시하며 ‘비용이 더 들더라도’ 등의 표현으로 경제적 자원의 제약을 포함시킨다. 3) 조사도구는 설문지로만 한다. 4) 측정은 5점 리커트척도와 태 1식 문항, 순위나열식을 병행하여 이용한다.

3. 소비자선호의 측정을 위한 결혼방식, 주거, 여가시설, 탁아시설의 특성

소비자의 선호를 측정하기 위해서는 대상 재화와 용역 및 그 질적 특성에 대한 선정이 필요하다. 본 연구에서는 다양한 재화와 용역을 대상으로 하였으므로 그 구체적인 선정과정을 상세히 언급할 수는 없으나 전반적으로 다음과 같은 원칙에 따랐다.²⁾

첫째, 후기산업사회의 도래와 함께 예상되는 신세대소비자의 욕구변화를 반영하는 것을 중점으로 하

2) 지면 관계상 세밀한 언급은 생략하였다. 보다 상세한 내용은 이기춘 등(1993), 조은정(1994), 권미화(1994) 등을 참조하기 바란다.

었다. 따라서 전반적인 다양화, 질적 수준 향상, 공동체적 생활문화, 동서양의 절충, 상품 이외에 서비스의 강화, 자연환경의 보호, 개방성, 자율성, 개성 추구 등을 결혼방식, 신혼기주거, 여가시설, 탁아시설에 접목시켜서 각 특성을 설정하였다.

둘째, 각 재화와 서비스의 특성을 세부적으로 분할하여 하위적인 특성으로 제시하였고, 여가시설에 있어서는 구체적인 여가시설도 제시해 보았다. 구체적인 문항구성은 결과분석을 참조하기 바란다.

4. 소비자선호의 관련요인

선행연구를 보면(배성일, 1982; Morris et al., 1986; McKinzie, 1987) 소비자선호는 가장 우선적으로 소비자의 사회인구학적, 경제적 특성과 유의한 관계를 보인다고 나타났다. 또한 소비자의 가치관이나 생활양식 등 소비자의 내면적인 특성에 따라라도 소비자의 선호는 달라질 수 있다(조은정, 1994). 그러나 본 연구에서는 일차적으로 소비자의 사회인구학적, 경제적 특성을 관련변수로 설정하였고 가치관이나 생활양식과의 관련성은 이후의 연구로 미루게 되었다. 구체적으로 선정된 관련변수는 ① 사회인구학적 특성: 결혼여부, 성별, 교육수준, ② 경제적 특성: 개인소득과 가계소득, 개인지출, 과거·현재·미래의 생활에 대한 주관적인 평가이다. 본 연구에서는 특히 현재의 소비실태가 아니라 소비자가 선호하는 정도가 연구대상이므로 객관적인 생활수준에 따른 차이

뿐만이 아니라 주관적인 생활수준이나 과거의 생활수준에 따른 차이도 클 것으로 생각되었기 때문에 주관적인 생활수준 평가도 관련변수로 포함시켰다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제와 연구모형

이상과 같은 근거에서 본 연구의 연구문제는 다음과 같이 설정하였다.

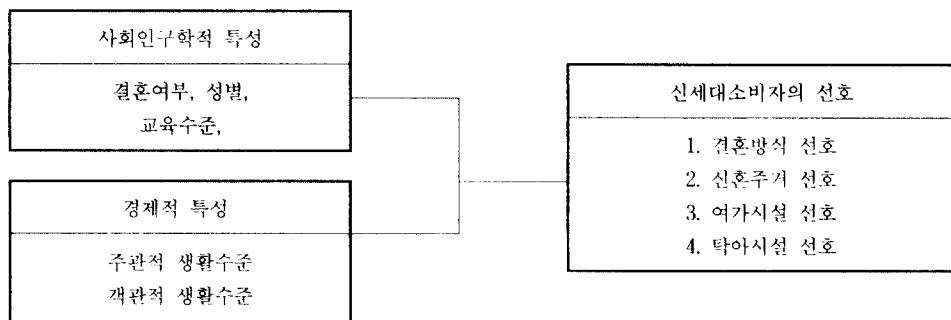
〈연구문제 1〉 신세대소비자의 결혼방식에 대한 선호는 어떠하며 사회인구학적, 경제적 특성에 따라서 어떠한 차이가 있는가?

〈연구문제 2〉 신세대소비자의 신혼기주거에 대한 선호는 어떠하며 사회인구학적, 경제적 특성에 따라서 어떠한 차이가 있는가?

〈연구문제 3〉 신세대소비자의 여가시설에 대한 선호는 어떠하며 사회인구학적, 경제적 특성에 따라서 어떠한 차이가 있는가?

〈연구문제 4〉 신세대소비자의 탁아시설에 대한 선호는 어떠하며 사회인구학적, 경제적 특성에 따라서 어떠한 차이가 있는가?

이상의 연구문제를 규명하기위한 실증적인 연구모형은 〈그림 1〉과 같다.



〈그림 1〉 실증적인 연구모형

2. 조사도구

본 연구의 조사도구는 자기기입식 설문지이다. 설문지는 조사대상자의 일반적 특성과 소비자의 선호에 관한 문항으로 구성되었다³⁾.

3. 표집설계

본 연구의 목적을 위해 조사모집단은 ① 연령상으 20세~35세 ② 기혼인 경우 결혼기간이 4년 이내 ③ 대학생의 경우 서울 소재 4년제 대학의 4학년 재학생으로 한정하였다. 표집은 1단계로 이들을 대표할만한 6개 직종으로 층화한 후, 2단계에서 각 직종을 대표할만한 사업장을 유의적으로 선정하고 3단계로 각 사업장 내에서 조사요원을 선정하여 위의 조건을 만족시키는 조사대상을 할당하였다. 각 사업장 내에서 남:녀, 기혼:미혼의 비율을 일치시키는 것을 원칙으로 하였으나, 대학생은 모두 미혼으로, 판매서비스직은 여성의 비율이, 생산직은 남성의 비율이 높게 표집되었다. 직종의 설정, 각 직종별로 구체적인 조사사업장의 선정, 구체적인 조사대상의 추출 등에 신중을 기하여 대표성을 살리도록 하였다(<표 1>참조).

4. 조사와 분석

예비조사는 설문지문항을 검토하기 위해 1992년 11월 19일부터 28일에 걸쳐 실시하였다. 국민학교, 고등학교, 생산현장, 금융기관, 병원, 중소기업, 대기업 각 1개를 유의적으로 선정하여, 미혼 기혼 각 54부씩 108부를 배포하였으며, 104부를 회수하여 101부를 최종분석하였다. 본조사는 앞에서 살펴본 표집설계에 따라 1993년 3월 8일부터 4월 8일까지 실시하였다. 총 1,270부를 배포하였고 1,247부를 회수하였으며 부실기재된 것을 제외하고 최종 1,227부를 분석하였다. 자료분석에는 SPSS PC+ 프로그램을 이용하였고 빈도분포와 백분율, 분할표분석, t검정, F검정과 Scheffe의 다중범위검정을 적용하였다.

5. 조사대상의 일반적 특성(표 2 참조)

첫째, 교육수준은 고졸이하가 31.3%, 전문대 졸업과 대학 중퇴 및 대학재학이 20.8%, 대졸 이상이 46.6%로 나타났다. 추후 분석에서는 대학생(90명 정도)을 대졸이상에 포함시켰다. 둘째, 직업은 전문직이 24.0%로 다소 많았으나 학력과 소득보다는 직종의 전문성에 따른 분류이기 때문으로 생각된다. 또한 생산직은 10.1%로 적은 편인데 엄격한 생산일정에 따라 움직이고 있어서 접근이 어려웠기 때문이다. 미취업에는 전업주부와 학생들이 포함되었다. 셋

<표 1> 직종별로 선정한 사업장

직 종	사 업 장
1. 판매서비스직	강남과 강북의 백화점 4, 대형서점 1, 용산전자상가.
2. 전문직	종합병원 2, 연구소 2, 학교 2, 신문사 1, 방송국 1.
3. 관리사무직	서울 도시에 위치한 대기업 2, 중소기업 4.
4. 공무원	정부종합청사 2, 서울시청.
5. 생산직	대규모 공장 2(중공업1, 경공업1).
6. 기타	(전업주부, 대학생) 중간등급의 4년제 대학 1.

3) 특별한 척도를 개발한 것이 아니므로 지면관계상 상세한 설명은 생략하였다. 구체적인 내용은 본 논문의 연구결과와 연구보고서를 참조하기 바람.

〈표 2〉 조사대상의 일반적 특성

항 목	구 분	빈 도(%)	항 목	구 분	빈 도(%)
결혼여부	기 혼	586(47.8)	성 별	여 성	645(50.5)
	미 혼	641(52.2)		남 성	581(49.5)
	계	1227(100.0)		계	1226(100.0)
연 령	25세 이하	415(34.4)	직 업	전문직	283(24.0)
	26 - 30세	526(43.6)		공무원	156(13.2)
	31세 이상	266(22.0)		사무직	305(25.9)
	계	1207(100.0)		판매·서비스직	156(13.2)
교육수준	대졸미만	516(42.6)	생산직	119(10.1)	
	대졸이상	695(57.4)	비취업	159(13.5)	
	계	1211(100.0)	계	1178(100.0)	
월평균 개인용돈	10만원이하	337(28.1)	월평균 개인소득	50만원이하	115(11.4)
	11-25만원	550(45.8)		51- 80만원	362(36.0)
	26만원이상	313(26.1)		81-100만원	308(30.6)
	계	1200(100.0)		101-150만원	180(17.9)
	평균값	20.17만원		151만원이상	41(4.1)
중고교시절 생활수준	상	208(16.9)	계	1006(100.0)	
	중	807(65.8)	평균값	90.49 만원	
	하	212(17.3)	국민전체 비교 생활수준	상	278(22.7)
	계	1227(100.0)		중	629(51.3)
		하		320(26.1)	
		계		227(100.0)	

제,현주거유형에서 다세대·다가구주택이 20.9%로 비교적 많았는데 신혼을 겨냥한 소규모 다세대·다가구주택이 근래에 많이 공급된 결과로 생각된다. 거주형태는 자가 50.0%로 비교적 많은데 미혼자들이 부모와 생활하고 있는 경우가 주로 해당될 것이다.

IV. 연구결과

1. 결혼방식에 대한 소비자선호

1-1. 결혼방식에 대한 소비자선호의 일반적인 경향(표 3)

여기서는 소비자가 앞으로 원하는 결혼은 어떤 모습일 것인가를 검토해 보았다. 따라서 미혼자만을 대상으로 분석하였다.

먼저 각종 결혼관련준비과정에서 의사결정을 할 때는 부부공동으로 하겠다는 응답이 69.9%로 나타났다. 한편 양가의 어른들 의견을 위주로 하겠다는 응답도 26.6%나 되었다. 결혼을 준비하는 정도도 간소하게 하겠다는 응답이 68.7%로 대부분이었으나 남들만큼은 하겠다는 응답과 부모님 의견을 따르겠다고 응답도 어느정도 나타나 타인지향적, 의존적인 성향을 보였다. 결혼대행업체 이용에 대해서는 좀 비싸더라도 이용하겠다는 응답은 2.2%에 지나지 않는 반면 비싸지 않으면 이용하겠다는 의견은 43.3%나 되었다. 따라서 결혼대행업체는 개인이 직접 준비할 때보다 비용이 많이 들지 않는 프로그램을 개발하여야 할 것이다. 상업적인 예식장에서의 친필일률적인 결혼식은, 기념비적으로 새 삶을 출발시키는 데 기여하지 못한다는 비판이 많은데 본 연구에서도 일반 예식장에서 결혼식을 올리겠다는 응답은 21.1%에 지

나지 않고 교회·성당·사찰 등의 종교시설과 각종 회관 등의 공공시설에서 결혼하고 싶다는 응답은 36.2%, 야외에서 하고 싶다는 응답이 38.0%로 나타났다. 즉 기존의 상업성을 탈피하여 의미와 비용절감을 동시에 얻고자 하는 응답이 74.2%에 이르는 것이다. 한편 양식 결혼보다는 한국전통 결혼식을 올리고 싶다는 응답이 12.9%로 나타나 아직 미미한 수준이긴 하나 현재 실태에 비추어 본다면 비교적 많은 응답이라고 볼 수 있다. 따라서 보다 다양한 결혼식 서비스가 제공되어야 할 것이다.

1-2. 사회인구학적, 경제적 특성에 따른 결혼방식에 대한 소비자선호의 차이

먼저 성별에 따라서는 결혼대행업체 이용의사, 결혼준비정도, 원하는 결혼장소와 결혼방식에 차이가 나타났다(표 3). 여성보다는 남성이 결혼대행업체를 이용하겠다는 의사가 많은 반면 여성은 직접 준비하겠다는 응답이 더 많았다. 결혼식을 간소하게 하겠다는 의견은 남성에서 많은 반면 남들하는 만큼은 해야 한다거나 부모님 의사대로 따르겠다는 응답은 여성에서 더 많았다. 한편 일반 예식장을 탈피하고자 하는 성향은 여성에게서 더 높았고 전통혼례를

〈표 3〉 결혼방식에 대한 소비자선호의 경향과 사회인구학적, 경제적 특성에 따른 차이

			%(빈도)									
항목	구분	전체	성 별		교육수준		개인용돈(만원)			주관적 경제수준		
			여성 (348)	남성 (265)	대졸 미만 (284)	대졸 이상 (318)	10이하 (132)	11-25 (287)	26이상 (185)	상 (139)	중 (313)	하 (164)
결혼 준비 결정	양가어른	26.6	28.2	24.5	21.0	32.7	30.3	26.7	25.1	24.4	30.4	22.1
	신랑/신부	3.5	2.9	4.6	4.1	2.8	3.1	2.1	6.0	2.9	2.9	5.6
	부부공동	69.9	68.9	70.9	74.8	64.4	66.7	71.2	68.9	72.6	66.7	72.4
	χ^2		6.85		13.19**		11.12			7.67		
결혼 대행 업체 이용	저렴하면	42.3	35.9	52.1	40.5	45.9	43.2	40.1	45.4	36.7	43.8	46.6
	직접 준비	55.6	62.1	45.7	57.7	51.6	55.3	57.5	52.4	59.7	55.6	49.7
	비싸도	2.2	2.0	2.3	1.8	2.5	1.5	2.4	2.2	3.6	0.6	3.7
	χ^2		16.57***		2.46		1.66			9.81*		
결혼 준비 정도	간소하게	68.7	62.2	76.9	65.7	72.2	72.7	69.7	65.0	57.6	67.5	79.8
	남들만큼	12.0	17.3	5.3	13.8	9.1	12.1	10.5	14.8	15.8	14.1	4.9
	부모님의사	6.8	8.4	4.9	8.1	5.7	5.3	6.3	8.2	10.1	7.4	3.1
	경제 한도	12.5	12.1	12.9	12.4	12.9	9.8	13.6	12.0	16.5	10.9	12.3
χ^2		25.12***		5.10		4.53			23.22***			
원하는 결혼 장소	일반 예식장	21.1	18.1	26.1	22.5	19.6	20.5	20.2	25.5	17.4	24.7	18.9
	종교, 공공시설	36.2	37.6	33.3	30.3	42.0	37.9	33.8	43.3	34.8	35.6	37.2
	야외	38.0	37.9	38.3	43.7	32.8	39.4	40.8	29.8	39.1	35.9	41.5
	음식점,호텔	4.7	6.3	2.3	3.5	5.7	2.3	5.2	3.8	8.7	3.8	2.4
χ^2		10.65**		12.38**		6.57			11.26			
원하는 결혼 방식	양식혼	87.1	90.1	83.6	88.7	86.0	85.6	86.6	89.0	90.6	88.1	83.2
	전통혼	12.9	9.9	16.4	11.3	14.0	14.4	13.4	11.0	9.4	11.9	16.8
	χ^2		5.78*		.95		.91			3.92		

* p < .05 ** p < .01 *** p < .001

치루고 싶다는 경향은 남성에게서 더 강하였다. 교육수준에 따라서는 결혼준비유형, 원하는 결혼장소에서 차이가 나타났다. 대졸이상의 학력을 가진 사람이 결혼준비과정에서 자신들의 의견위주로 할 것으로 예상되었으나 실제 결과에서는 오히려 이들에게서 부모의 의사를 따르겠다는 응답이 높았다. 이는 결혼준비에서 부모에게 경제적으로 크게 의존하므로 예상하고 있으므로 그 준비에서도 부모의 의견을 따르고자 하는 성향이 높은 것으로 생각된다.

다음으로 경제적 특성 중 월평균 개인용돈에 따라 선호하는 결혼식에 어떤 차이가 있는가를 검토해 보았다. 전체적으로 보아 개인지출에 따라서 원하는 결혼식에서 유의한 차이를 보이지 않았다. 그러나 주관적으로 자신이 평가한 생활수준에 따라서는 차이를 보였다. 즉 현재 자신의 생활수준이 우리 국민 전

체보다 못하다고 생각하는 집단에서 결혼식을 간소하게 하겠다는 응답은 79.8%나 되나 남들만큼은 4.9%, 부모님 의사대로는 3.1%에 지나지 않았다. 반면 자신의 생활수준이 남들보다 풍족하다고 생각하는 집단은 간소하게에 57.6%, 남들만큼에 15.8%, 부모님 의사대로에 10.1%의 응답률을 보였다. 결국 결혼준비정도에 대한 선호는 실제 개인지출보다는 주관적 평가에 따라 설명될 수 있는 것이다.

2. 신혼기주거에 대한 소비자선호

2-1. 신혼기주거에 대한 소비자선호의 일반적인 경향(표 4)

전반적으로 대부분의 특성에 대해 '싫다'는 응답이 많지 않아 '매우좋다'와 '좋다'를 함께 합쳐 선호의

〈표 4〉 신혼기주거에 대한 소비자선호의 경향과 사회인구학적 특성에 따른 차이

항 목	총선호 비율(%)	결혼여부		성 별		교육수준	
		기혼	미혼	여성	남성	교육수준	
						대졸미만	대졸이상
원룸식 설계	49.5	3.24	3.50(-4.13***)	3.47	3.27(3.21**)	3.57	3.21(5.74***)
가사자동화시설	59.8	3.66	3.73(-1.11)	3.81	3.58(3.64***)	3.71	3.68(.46)
실내장식 구분	86.9	4.32	4.42(-2.02*)	4.52	4.20(6.50***)	4.46	4.23(3.25**)
좋은 건축자재	78.0	4.06	4.18(2.43*)	4.31	3.92(7.72***)	4.30	4.00(5.98***)
좋은 복욕시설	85.7	4.32	4.44(-2.58*)	4.48	4.27(4.48***)	4.46	4.32(3.03**)
최대한 넓음	48.3	3.49	3.44(.92)	3.44	3.49(-1.02)	3.55	3.40(2.82**)
아름다운 부엌,식당	89.6	4.33	4.42(-2.58*)	4.51	4.23(6.56***)	4.44	4.32(2.85)
밀집 건물배치	22.7	2.73	2.94(-4.19***)	2.78	2.91(-2.46*)	2.89	2.81(1.46)
손쉬운 부업획득	51.9	3.39	3.50(-1.63)	3.64	3.22(6.33***)	3.69	3.25(6.60***)
다양한 탁아시설	73.1	4.00	3.90(.98)	4.07	3.77(4.72***)	3.89	3.94(-.76)
생활용품 공동사용	57.4	3.60	3.61(-.02)	3.58	3.64(-1.03)	3.52	3.67(-2.36*)
지하주차시설	88.7	4.43	4.51(-1.65)	4.49	4.46(.65)	4.51	4.45(1.18)
공동 꽃밭, 텃밭	80.4	4.13	4.25(-1.96)	4.12	4.17(2.61**)	4.20	4.19(.09)
다목적 문화회관	91.8	4.47	4.60(-2.94**)	4.59	4.48(2.31*)	4.57	4.51(1.33)
월세라도 좋은 집	15.8	2.47	2.70(-4.40***)	2.54	2.65(-2.08*)	2.61	2.57(.78)
집은 부모가 마련	39.7	3.20	3.16(.62)	3.43	2.90(8.79***)	3.22	3.15(.98)
집보다 자가용 먼저	26.3	2.75	2.85(1.71)	2.82	2.79(.49)	2.70	2.88(-3.17**)
이웃과는 인사정도	31.5	3.10	3.01(1.81)	3.02	3.09(-1.38)	2.95	3.13(-3.42**)
원할 때 개조편리	90.5	4.30	4.44(-3.38**)	4.40	4.33(1.59)	4.40	4.35(.92)
주민자치식 관리	67.0	3.82	3.80(.29)	3.68	3.59(-4.54***)	3.72	3.87(-2.45*)
철저한 소음방지	92.4	4.44	4.48(1.08)	4.51	4.40(2.66**)	4.47	4.45(.50)
개별적인 방범시설	69.6	3.88	3.94(-1.21)	4.30	3.80(3.93)	4.03	3.82(3.75***)
색다른 아파트 이름	69.5	3.85	3.89(-.48)	3.78	3.97(-2.68)	3.89	3.87(.28)

* p < .05 ** p < .01 *** p < .001

응답으로 생각하고, 이의 응답율을 중심으로 분석하였다. '좋다'는 응답이 70% 이상 나타난 문항은 주문식 실내장식, 좋은 건축자재 사용, 좋은 목욕시설, 아름다운 부엌과 식사공간, 탁아시설, 지하주차시설, 공동 꽃밭과 텃밭, 다목적 문화회관, 개조편리, 방음철저 등이었다. 그 외에 50-70% 정도가 좋다고 한 문항은 가사자동화시설, 부엌거리, 생활용품 공동사용, 주민자치적 관리, 개별적 특별방법시설, 색다른 아파트 이름 등이었다. 이에 비해 밀집 건물배치, 좋은 월세집, 신혼주거의 부모마련, 집보다 자가용 먼저 마련, 이웃과는 인사정도 등은 비교적 좋아하지 않는 것으로 나타났다.

이상에서 신세대소비자의 신혼주거에 대한 선호는 공통적으로 현대산업사회 도시집합주거의 특징 즉 획일성, 경제우선, 비인간성, 고밀도, 대규모 등을 거부하는 양상을 보였다. 전체적으로 볼 때 신세대소비자는 흔히 '대규모 고층아파트단지'로 대표되는 우리사회의 도시주거를 탈피한 '인간적이고 개성적인 소규모 주거단지'를 선호한다고 볼 수 있다. 신혼주거의 부모마련과 집보다 자가용 먼저마련, 이웃과는 인사정도 등에 '좋다'는 응답이 30% 수준으로, 최근 신세대의 가치관과 행동에서 자율과 독립성을 주장하면서도 부모에 대해 의존적이며, 근시안적이고 인내심이 부족하며, 공동체 의식이 부족하다는 부정적 특성이 주거선호에 반영된 결과라고 생각된다.

2-2. 사회인구학적 특성에 따른 신혼기주거에 대한 소비자선호의 차이(표 4)

결혼여부에 따라서는 주거선호에 큰 차이가 나타나지 않았다. 다만 미혼인 경우 원룸식 내부구조, 좋은 자재 사용, 아름다운 부엌과 식사공간, 저밀도 건물배열, 다목적 문화회관, 시설 좋은 월세집, 개조편리 등에 대해 더 높은 선호를 보였다. 성별에 따른 차이는 비교적 뚜렷하여, 여성이 남성보다 좋아하는 신혼주거특성은 원룸식 내부구조, 가사자동화시설, 주문식 실내장식, 좋은 건축자재 사용, 좋은 목욕시설, 아름다운 부엌과 식사공간, 가내부엌거리, 탁아시설, 다목적 문화회관, 양가부모가 신혼주거마련, 철저한 방음, 개별 방법시설 등이었다. 이에 비해 고밀도 건

물배열, 공동 텃밭, 시설좋은 월세집, 주민자치적 단지관리, 색다른 아파트 이름 등은 남성이 더 좋아하는 것으로 나타났다. 특히 여성은 개방식 실내구조와 다양하고 좋은 내부설비, 여가활동시설 등에 대한 선호가 뚜렷하였다. 교육수준에 따른 차이를 보면, 전반적으로 모든 특성에 대해 대졸미만집단이 더 강한 선호를 표현하였다. 원룸식 내부구조, 주문식 실내장식, 좋은 건축자재, 좋은 목욕시설, 넓은 집, 아름다운 부엌과 식사공간, 가내부엌거리, 개별방법 시설 등에는 대졸미만인 경우 특히 강한 선호를 보였다. 이에 비해 생활용품 공동사용, 자가용 먼저 마련, 이웃과는 인사만 하는 정도, 자치적 단지관리 등에는 대졸이상에서 더 강한 선호를 보였다. 특히 대졸이상의 경우 한편으로는 공동체적, 자율적 의식이 반영된 주거를, 또 한편으로는 개인주의 의식이 반영된 주거를 선호하는 혼돈된 양상을 보였다.

2-3. 경제적 특성과 신혼기주거에 대한 소비자선호의 상관관계

월평균 가계소득과 주거선호는 별로 상관관계가 높지 않았다(표 5). 유의한 관계를 점검해 보면 가계소득이 높을수록 고밀도 건물배치와 가내부엌거리를 싫어하는 반면 좋은 탁아시설과 개별 방법시설은 선호하였다. 개인지출이 많을수록 가내부엌거리, 생활물품의 공동사용, 공동텃밭, 다목적 문화회관 등을 싫어하는 반면 집보다 자가용을 먼저 마련하고 이웃과는 인사만 하고 지내는 것을 선호하였다. 또한 개인근로소득이 높을수록 원룸식 구조, 실내장식주문, 좋은 건축자재, 고밀도 건물배열, 가내부엌거리, 다목적 문화회관, 양가부모가 신혼주거마련 등에 대해서는 싫어하는 반면 이웃과 인사만 하는 정도는 선호하였다. 이렇게 볼 때 전반적으로 객관적인 생활수준이 높을수록 고급자재와 시설, 개방적 구조와 친숙한 이웃, 여가시설 등에 대해서 상대적으로 낮은 선호를 보이며 폐쇄적인 생활에 대해 높은 선호를 보인다고 정리해 볼 수 있다.

주관적인 생활수준과 주거선호의 관계를 검토해 보면, 중고등학교시절 비교적 풍족하게 살았다고 생각할수록 실내장식주문, 좋은 건축자재와 목욕시설,

〈표 5〉 경제적 특성과 신혼기주거에 대한 소비자선호의 상관관계분석

항 목	가계소득 ^a	개인용돈	개인소득 ^b	중고교 시절수준	국민전체 비교수준	5년후 예측수준
원룸식 설계	-.03	-.07	-.18**	.05	-.06	.11**
가사자동화시설	.05	.03	-.01	.07	.00	.06
실내장식 주문	.04	-.02	-.12**	.11**	.08*	.09*
좋은 건축자재	.10	.00	-.14**	.09*	.03	.14**
좋은 목욕시설	.10	-.02	-.03	.08*	.01	.11**
최대한 넓음	.02	-.00	.03	.04	.00	.12**
아름다운 부엌,식당	.04	.00	-.07	.14**	.03	.13**
밀집 건물매치	-.14*	.00	-.10*	-.02	-.08*	.02
손쉬운 부업획득	-.14*	-.19**	-.22**	-.07	-.09**	.01
다양한 탁아시설	.11*	-.02	-.06	-.07	-.07	-.02
생활물품 공동사용	-.04	-.10*	.01	-.10*	-.09*	-.01
지하주차시설	-.01	.01	.01	.03	.00	.06
공동 꽃밭, 텃밭	-.09	.08*	.02	.11**	-.13**	.04
다목적 문화회관	.01	-.12**	-.10*	.08*	-.12**	.03
월세라도 좋은 집	-.01	.03	-.05	.05	.03	.00
집은 부모가 마련	.01	.03	-.11**	.24**	.14**	.02
집보다 자가용 먼저	.02	.15**	.02	.12**	.09*	-.04
이웃과는 인사정도	.06	.13**	.10*	.06	.05	-.06
원할 때 개조편리	.02	.05	-.07	.03	-.09*	.08*
주민자치식 관리	-.05	-.05	.06	-.07	-.10*	-.03
철저한 소음방지	.08	.00	.02	.08*	-.02	.10*
개별적인 특별방법시설	.11*	-.00	-.05	.15**	.05	.12**
색다른 아파트 이름	-.10	-.05	-.01	-.04	-.09*	-.02

a 기혼자만 대상 b 취업자만 대상

* p < .01 ** p < .001

아름다운 부엌과 식사공간, 대규모 고층아파트단지, 양가부모가 신혼주거마련, 집보다 자가용 먼저 마련, 방음, 개별방법시설 등에는 높은 선호를 보이는 반면 공동물품, 공동텃밭, 다목적 문화회관 등을 싫어하였다. 즉 성장하던 때에 높은 수준으로 생활하였다고 생각할수록 고급 생활환경을 선호하며, 공동사용보다 개인소유선호를 나타내었다.

한편 현재 우리나라와 비교해 보았을 때 자신의 생활수준이 높은 편이라고 생각할수록 단지내 부업거리, 생활물품 공동사용, 공동텃밭, 다목적 문화회관, 개조편리, 사치적 단지관리, 색다른 아파트 이름 등을 싫다고 한 반면, 실내장식주문, 양가부모님이

신혼주거마련, 집보다 자가용 먼저 마련 등에 대해 좋다고 하였다. 즉 현재 비교적 풍요롭게 생활한다고 평가할수록 공동체 생활의식이 희박하며, 근시안적이고 의존적인 주거선호를 보였다.

5년 후 자신의 생활수준이 향상될 것이라고 생각할수록 원룸식 구조, 좋은 건축자재와 목욕시설, 아름다운 부엌과 식사공간, 개조편리, 방음, 개별방법시설 등을 더 선호하는 것으로 나타나 비교적 고급스런 내부시설과 튼튼한 구조에 대해 높은 선호를 보이는 것으로 생각된다.

〈표 6〉 여가시설조건에 대한 소비자선호의 경향

단위 : %, N=1219-1224

항 목	필요하다	보통	필요하지않다	1순위
부대시설확보	84.0	13.5	2.5	4.2
셔틀버스운행	80.6	16.9	2.5	1.3
여가시설이 접근처에 위치	90.1	8.9	0.6	19.9
새벽이나 심야에도 이용가능	72.3	25.5	2.1	8.6
사용장비 대여	82.4	16.6	1.1	1.2
종사자들의 친절	92.5	7.0	0.5	4.5
청결하고 위생적인 시설	96.5	3.3	0.2	13.5
안전사고예방 철저	94.7	4.6	0.4	5.6
사용비용이 지금보다 낮아져야	92.8	7.1	0.7	14.1
누구에게나 개방되어있다는 느낌	86.9	12.0	1.1	11.2
친선모임 개최	63.2	34.6	2.1	.7
안내책자 발급	84.8	14.6	0.6	.9
환경을 오염시켜서는 안된다	94.4	5.2	0.3	4.3
회원제운영	51.8	45.2	2.6	.5
여가시설이 더 다양해져야한다	92.4	6.3	0.7	9.0

〈표 7〉 사회인구학적 특성에 따른 여가시설조건에 대한 소비자선호의 차이

평균(t값)

항 목	결혼여부		성 별		교육수준	
	기혼	미혼	여성	남성	대졸미만	대졸이상
부대시설확보	4.21	4.23(-.26)	4.21	4.23(-.48)	4.14	4.27(-2.51*)
셔틀버스운행	4.14	4.13(.27)	4.24	4.02(4.17***)	4.16	4.11(.92)
접근처에 위치	4.43	4.45(-.20)	4.50	4.38(2.67**)	4.47	4.42(1.12)
다양한 이용시간	3.83	4.17(-5.64***)	3.97	4.06(-1.48)	4.04	3.99(.86)
사용장비 대여	4.09	4.25(-3.18**)	4.17	4.17(-.01)	4.15	4.19(-.66)
종사자들의 친절	4.51	4.61(-2.63)	4.58	4.54(.93)	4.55	4.57(-.59)
청결, 위생적 시설	4.71	4.79(-2.72**)	4.79	4.70(2.85**)	4.77	4.74(.83)
안전사고예방 철저	4.68	4.74(-1.76)	4.74	4.68(1.95)	4.75	4.69(1.74)
비용 저렴화	4.52	4.49(.74)	4.54	4.47(1.79)	4.51	4.51(.04)
폭넓은 개방성	4.35	4.43(-1.52)	4.42	4.36(1.22)	4.43	4.37(1.30)
친선모임 개최	3.66	3.81(-2.75**)	3.73	3.75(-.31)	3.86	3.64(3.96***)
안내책자 발급	4.23	4.22(.31)	4.26	4.18(1.85)	4.28	4.18(2.15*)
환경보호	4.66	4.67(-.45)	4.64	4.69(-1.23)	4.66	4.67(-.44)
회원제운영	3.37	3.57(-3.33**)	3.60	3.35(4.18***)	3.65	3.35(4.93***)
다양한 여가시설	4.48	4.61(-3.19**)	4.53	4.58(-1.24)	4.54	4.57(-.62)

* p < .05 ** p < .01 *** p < .001

3. 여가시설

3-1. 여가시설조건에 대한 소비자선호

신세대소비자는 15개 여가시설조건에 대해 전반적으로 중요하다고 응답하였다(표6). 다만 상대적으로

이용시간상의 융통성, 친선모임, 회원제 운영 등에 대해서 필요하다는 응답이 낮은 편이었다. 가장 중요한 조건에 대해 10% 이상의 응답율을 보이는 조건은 접근처 위치, 비용저렴, 청결과 위생, 개방성 등 이었다.

〈표 8〉 경제적 특성과 여가시설조건에 대한 소비자선호의 상관관계분석

항 목	가계소득a	개인용돈	개인소득b	중고교 시절수준	국민전체 비교수준	5년후 예측수준
부대시설확보	.13*	.09*	.09*	.12**	.09*	.03
셔틀버스운행	.04	.00	-.10*	.03	-.01	.04
집근처에 위치	.06	-.04	.03	.01	-.06	.07
다양한 이용시간	.05	.07	-.05	.04	.01	.06
사용장비 대여	.07	-.02	-.04	-.06	.04	.04
종사자들의 친절	.00	.01	-.07	.03	.01	.07
청결, 위생적 시설	.01	.00	.03	.06	.02	.04
안전사고예방 철저	-.04	.05	-.04	.07	-.02	.09*
비용 저렴화	-.04	-.05	-.09*	-.01	-.08*	.05
폭넓은 개방성	-.01	-.10*	-.13**	.04	-.08	.03
친선모임 개최	-.07	.04	-.15**	.00	-.07	.10*
안내책자 발급	-.03	-.07	-.12**	.02	-.06	.06
환경보호	-.14*	.05	-.05	-.05	-.13**	.04
회원제운영	.09	.04	-.10*	.07	-.02	.11**
다양한 여가시설	-.01	-.02	-.03	.00	-.01	.04

a 기혼자만 대상 b 취업자만 대상

* p < .01 ** p < .001

다음으로 이러한 여가시설조건이 신세대소비자의 특성에 따라서 어떠한 차이를 보이는가 검토해 보았다. 먼저 사회인구학적 특성에 따른 차이를 보면(표 7) 윙통적 이용시간, 사용장비대여, 종사자의 친절, 청결과 위생, 친선모임, 회원제 운영, 다양화 등에 대해 기혼자보다 미혼자가 더 중요성을 강조하였다. 셔틀버스 운행, 집근처 위치, 청결과 위생, 회원제 운영 등에 대해서는 여성이 남성보다 더 필요성을 강조하였고 친선모임, 안내책자발급, 회원제 운영, 부대시설 등에 대해서는 대졸이상인 집단이 더 중요하다고 응답하였다.

한편 경제적 특성 중 객관적 생활수준과의 상관관계를 보면(표 8) 가계소득이 높을수록 부대시설이 확보되어야 한다고 응답한 반면 환경보호문제는 별로 중요시하지 않았다. 같은 맥락에서 개인근로소득이 높을수록 부대시설을 중요시하나 셔틀버스운행, 비용저렴, 개방성, 친선모임, 안내책자, 회원제운영 등은 별로 중요시하지 않았다. 따라서 생활수준이 높은 사람들은 시설수준이 높아야 한다는 점에는 일치하나 개방성, 환경보호, 친선모임 등의 공동체적 성

향은 상대적으로 중요시하지 않는 것으로 볼 수 있다.

주관적 생활수준과는 뚜렷한 상관관계가 나타나진 않는데 중고교시절에 잘 사는 편이었다고 생각할수록 부대시설을 중요시하였다. 또 지금 자신이 우리 국민 전체에 비해 잘 산다고 생각할수록 부대시설을 중요시하나 비용저렴, 환경보호 등은 상대적으로 덜 중요시하였다. 나아가 5년후 자신의 생활이 나아질 것이라고 생각할수록 안전사고예방, 친선모임, 회원제 운영 등을 중요시 하였다.

3.2. 구체적 여가시설에 대한 소비자선호

여기서는 신세대소비자가 구체적으로 어떤 여가시설을 원하는가를 살펴보았다. 먼저 〈표 9〉에서 각 시설별 이용의사를 검토해 보면 전반적으로 이용하겠다는 응답이 많아 집근처에 여러가지 여가시설이 다양하게 구비되길 원하였다. 비교적 높은 응답률을 보인 것은 소극장, 볼링장, 수영장, 연주회장 등이었고 라켓볼시설이나 운동장 등은 이용의사가 높지 않은

〈표 9〉 여가시설에 대한 소비자선호의 빈도분포

단위 : %, N=1220-1227

항 목	이용하겠음	보 통	이용안하겠음	1 순위
책빌려보는 도서관	78.0	21.3	0.7	24.6
음악감상실	59.7	39.5	0.8	3.8
테니스장	57.6	38.5	3.8	8.2
수영장	70.9	26.5	2.5	16.3
헬스클럽, 에어로빅 강습소	50.8	44.6	4.6	6.4
볼링장	71.6	26.9	1.4	7.6
라켓볼시설	38.6	54.7	6.8	1.5
축구 등을 할 수 있는 운동장	37.0	56.6	6.4	8.2
각종 학원	50.8	45.8	3.4	2.7
화랑, 전시장	51.7	45.3	2.7	2.1
연극, 영화를 볼 수 있는 소극장	82.1	17.4	0.6	14.4
음악회 공연장, 연주회장	67.2	31.1	1.7	4.2

〈표 10〉 사회인구학적 특성에 따른 여가시설에 대한 소비자선호의 차이

평균값 (t값)

항 목	결혼여부		성 별		교육수준	
	기혼	미혼	여성	남성	대졸미만	대졸이상
도서관	4.12	4.24(-2.55*)	4.32	4.02(5.79***)	4.23	4.14(1.69)
음악감상실	3.57	3.84(-4.78***)	3.83	3.58(4.44***)	3.79	3.65(2.28*)
테니스장	3.60	3.67(-1.02)	3.50	3.78(-4.39***)	3.53	3.71(-2.80**)
수영장	3.96	3.94(.33)	3.97	3.94(.48)	3.90	4.00(-1.61)
헬스클럽, 에어로빅장	3.42	3.49(-1.10)	3.56	3.30(4.43***)	3.59	3.36(3.26**)
볼링장	3.87	4.04(-2.92**)	4.03	3.88(2.68**)	4.02	3.92(1.89)
라켓볼시설	3.18	3.13(.90)	3.04	3.23(-3.69***)	3.12	3.19(-1.26)
운동장	3.13	3.14(-.18)	2.67	3.64(-16.34***)	3.10	3.16(-.83)
각종 학원	3.41	3.50(-1.49)	3.52	3.38(2.41*)	3.44	3.48(-.68)
화랑, 전시장	3.44	3.60(2.73**)	3.76	3.27(8.73***)	3.55	3.50(.76)
소극장	4.08	4.32(-4.91***)	4.32	4.07(5.23***)	4.20	4.20(.07)
공연장, 연주회장	3.73	3.88(2.88**)	3.95	3.65(5.66***)	3.76	3.85(-1.67)

* p < .05 ** p < .01 *** p < .001

편이었다. 가장 원하는 시설 하나만을 선택토록 했을 경우에도 위와 유사한 경향이 나타났다. 도서관, 수영장, 소극장 등이 10% 이상의 응답율을 보였으며 라켓볼시설은 가장 낮은 응답율을 보였다. 운동장을 이용하겠다는 응답율은 별로 높지 않았지만 1순위로 중요하다는 응답은 비교적 높았다(8.2%). 즉 운동장을 원하는 사람이 많진 않아도, 원하는 사람

들의 운동장 선호도는 매우 강렬하다고 볼 수 있다.

이러한 여가시설선호가 신세대소비자의 특성에 따라서는 어떠한 차이를 보이는가 검토해 보았다. 먼저 사회인구학적 특성에 따른 차이를 보면(표 10), 결혼여부에 따라서는 전반적으로 미혼자가 기혼자보다 여가시설에 대한 선호가 강하며 특히 도서관, 음악감상실, 볼링장, 전시장, 소극장, 연극회장 등을 미

〈표 11〉 경제적 특성과 여가시설에 대한 소비자선호의 상관관계분석

항 목	가계소득a	개인용돈	개인소득b	중고교 시절수준	국민전체 비교수준	5년후 예측수준
도서관	.07	-.11**	.15**	.05	.03	.06
음악감상실	.10	.03	-.18	-.00	-.03	.10*
테니스장	.03	.11**	.05	.04	-.07	-.03
수영장	.16**	.10**	.07	.06	.09*	.01
헬스클럽, 에어로빅장	.03	.06	-.09*	.10**	.08*	.11**
볼링장	.08	.04	-.09*	.05	.05	.12**
라켓볼시설	-.06	.06	.08*	.05	.04	-.00
운동장	-.15	.04	.09*	.06	-.06	.08
각종 학원	-.02	.01	.09*	.04	.08*	.06
화랑, 전시장	.06	-.05	-.09*	.08*	.07	.12**
소극장	.14*	.04	.07	.01	.01	.11**
공연장, 연주회장	.14*	.08*	-.04	.05	.08*	.04

a 기혼자만 대상 b 미혼자만 대상

* p < .01 ** p < .001

혼자가 기혼자보다 더 원하였다. 성별에 따른 차이를 보면 도서관, 음악감상실, 헬스클럽, 볼링장, 학원, 전시장, 소극장, 연주회장 등에서 여성의 선호가 더 강한 반면 테니스장, 라켓볼시설, 운동장 등에서는 남성의 선호가 더 강하였다. 여성소비자는 교양 문화시설에 대한 선호가 강한 반면 남성소비자는 운동시설에 대한 선호가 강하다고 볼 수 있다. 교육수준에 따라서는 상대적으로 큰 차이가 없는데 음악감상실, 헬스클럽 등은 대졸미만에게서 선호가 강한 반면 테니스장은 대졸이상인 집단에게서 더 강한 선호가 나타났다.

다음으로 경제적 특성 중 개관적인 생활수준과의 관계를 보았다(표 11). 먼저 가계소득이 높은 사람들이 상대적으로 더 원하는 것은 수영장, 소극장, 연주회장 등이었다. 테니스장, 수영장, 연주회장 등은 개인지출이 많은 사람들이 더 원하며 도서관은 용돈이 낮은 사람들일수록 더 원한다. 끝으로 개인소득이 높을수록 라켓볼시설과 운동장을 선호하는 반면 도서관, 헬스클럽, 볼링장, 학원, 전시장 등은 개인소득이 낮은 사람들이 더 선호하였다.

끝으로 주관적 생활수준과의 상관관계를 보면 뚜렷한 관계가 나타나진 않았다. 중고교 시절에 비교

적 잘사는 편이었다고 생각할수록 헬스클럽과 소극장을 원하는 편이며, 지금 현재 비교적 잘 사는 편이라고 생각할수록 수영장, 헬스클럽, 학원, 연주회장 등의 시설을 원하는 것으로 나타났다. 또 앞으로 생활수준이 지금보다 높아질 것으로 예상하는 사람들은 음악감상실, 헬스클럽, 볼링장, 전시장, 소극장 등을 더 원하였다.

4. 탁아시설

4-1. 자녀양육방식에 대한 소비자선호

진체적인 경향은 양가부모에게 맡기겠다는 선호가 지배적이었으나 이것이 소비자의 사회인구학적 특성, 개관적 생활수준, 주관적 생활수준에 따라서는 어떻게 차이가 나는가를 살펴보았다(표 12).

먼저 사회인구학적 특성에 따라서는 비교적 뚜렷한 차이가 나타났다. 교육수준이 대졸이상인 집단에서 집근처와 직장내의 탁아시설을 바람직하다고 하는 비율이 높은 반면, 대졸미만인 집단에서는 양가부모를 선택하는 비율이 높았다. 남성은 집근처 탁아시설과 양가부모에 맡기는 것을 바람직한 방법이라고 생각하는 비율이 높은 반면 여성은 직장내 탁

〈표 12〉 자녀양육방식에 대한 소비자선호의 경향과 사회인구학적 특성에 따른 차이

% (빈도)

	전체 (1215)	교육수준		성 별		결혼여부	
		대졸미만 (510)	대졸이상 (689)	여성 (640)	남성 (573)	기혼 (581)	미혼 (633)
집근처의 탁아시설	15.6	11.0	19.2	12.5	19.2	16.9	14.5
직장내의 탁아시설	20.6	17.8	23.1	26.4	14.1	23.1	18.3
아이봐주는 사람고용	2.3	2.0	2.6	2.8	1.6	1.7	2.8
이웃 아주머니	1.3	1.6	1.2	1.1	1.6	1.7	.9
양가부모	58.6	66.3	52.2	56.3	61.3	55.8	61.1
기타	1.6	1.4	1.7	.9	2.3	0.9	2.2
χ^2		27.41***		38.07***		12.41	

*** p < .001

〈표 13〉 주관적 생활수준에 따른 자녀양육방식에 대한 소비자선호의 차이

% (빈도)

	중고교 시절수준			국민전체 비교수준			5년후 예측수준		
	상	중	하	상	중	하	상	중	하
	(205)	(799)	(210)	(275)	(621)	(318)	(984)	(197)	(15)
집근처 시설	11.7	16.4	16.7	14.5	13.4	21.1	15.3	16.8	19.2
직장내 시설	25.4	18.3	24.3	21.1	21.3	18.6	19.5	25.9	23.1
아이보는 사람	4.4	1.9	1.9	2.9	2.4	1.6	2.0	3.6	.0
이웃 아주머니	1.0	1.3	1.9	0.7	1.4	1.6	1.1	2.0	3.8
양가부모	56.1	60.6	53.8	59.3	60.1	55.3	60.8	49.7	42.3
기타	1.5	1.6	1.4	1.5	1.4	1.9	1.2	2.0	11.5
χ^2	15.26			12.34			30.38***		

*** p < .001

아시설에 대한 찬성율이 높았다. 직장에서 근무하는 중에도 자녀를 가까이 두고 돌볼 수 있다는 것이 여성에게 큰 매력으로 작용하기 때문으로 생각된다.

객관적 생활수준에 따라서는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 따라서 소득과 지출이 어느 정도인가와는 관계없이 기혼여성취업시 바람직하다고 생각하는 자녀양육방식은 유사한 경향임을 알 수 있다. 한편 주관적 생활수준에 따른 차이는 5년 후 자신의 생활수준이 나아질 것이라고 생각하는 사람일수록 양가부모에 맡기는 것을 찬성하는 편이며, 앞으로 자신의 생활이 나아지지 않을 것이라고 생각하는 사람일수록 집근처와 직장내의 탁아시설을 선호하는 편

이었다(표 13).

4-2. 탁아시설요건에 대한 소비자선호(표 14)

탁아시설이 갖추어야 할 8가지 요건을 중요하다고 생각하는 순서대로 순위를 매기도록 하였으므로 평균값, 최빈값 등의 점수가 낮을수록 중요한 요건임을 나타낸다. 결과를 보면 우선 안전한 보호에 대해 1순위 응답율이 55.2%나 되며 평균값과 최빈값은 매우 낮으므로 신세대소비자가 가장 중요하게 생각하는 탁아시설요건이다. 이러한 방식으로 생각해 본다면 정서적 안정과 원만한 인성발달이 두번째, 체계적 교육이 세번째, 바른 생활습관이 네번째, 좋은 놀

〈표 14〉 탁아시설요건에 대한 소비자선호의 빈도분포

N = 1140 - 1154

항 목	1순위 응답율	평균순위(표준편차)	최빈순위
안전하게 아이를 보호	55.2%	2.09 (1.62)	1
전문가에 의한 체계적 교육	5.0%	4.36 (1.10)	3
균형있는 식사, 간식	.6%	4.89 (1.78)	6
정서적 안정, 원만한 인성발달	31.8%	2.44 (1.54)	2
저렴한 비용	2.1%	6.16 (1.97)	8
바른 생활습관 형성	1.9%	4.69 (1.83)	5
맡기는 시간의 융통성	2.6%	6.07 (1.87)	7
다양하고 안전한 놀이여건	1.6%	5.24 (1.79)	6

〈표 15〉 사회인구학적 특성에 따른 탁아시설요건에 대한 소비자선호의 차이

평균(t값)

항 목	결혼여부		성 별		교육수준	
	기혼	미혼	여성	남성	대졸미만	대졸이상
안전한 보호	6.95	6.86(-.94)	6.84	6.99(.162)	7.06	6.78(-2.99**)
전문가 교육	4.59	4.70(.106)	4.70	4.57(-.106)	4.74	7.56(1.51)
식사, 간식	4.09	4.13(.038)	4.23	3.98(-.25*)	4.28	3.98(-.283**)
정서, 인성	6.49	6.62(1.135)	6.58	6.53(-.055)	6.30	6.75(-4.87***)
저렴한 비용	2.94	2.74(-1.73)	2.72	2.96(-2.12)	2.88	2.80(-.070)
바른 생활습관	4.15	4.46(2.85**)	4.17	4.47(2.79**)	4.19	4.41(-1.99)
융통적 시간	2.97	2.89(-.071)	3.07	2.76(-2.87**)	2.76	3.04(-2.52*)
놀이환경	3.86	3.67(-1.82)	3.72	3.81(.080)	3.78	3.76(-.022)

* p < .05 ** p < .01 *** p < .001

〈표 16〉 경제적 특성과 탁아시설요건에 대한 소비자선호의 상관관계분석

	가계소득a	개인용돈	개인소득b	중고교 시절수준	국민전체 비교수준	5년후 예측수준
안전한 보호	.02	-.04	.06	-.02	-.04	-.01
전문가 교육	.06	.00	.01	.06	.03	.05
식사, 간식	.00	.10	-.11**	-.01	-.05	.06
정서, 인성	.06	.06	.00	.05	.10**	.03
저렴한 비용	-.17**	-.06	-.01	-.06	-.11**	-.14**
바른 생활습관	-.04	.06	.01	.01	.00	-.01
융통적 시간	.09	.02	-.00	-.05	.04	-.01
놀이환경	.03	.04	.08	.04	.03	.04

a 기혼자만 대상 b 미혼자만 대상

** p < .001

이환경과 음식제공이 다섯번째, 말기는 시간의 융통성이 여섯번째, 저렴한 비용이 제일 낮은 중요도를 보인다. 즉 신세대소비자는 비용문제보다는 탁아시설의 수준이 높은 것을 더 중요하게 생각하는 것이다.

이상에서 본 탁아시설의 요건에 대해 신세대소비자의 사회인구학적 특성에 따라서 어느정도로 중요시하는지 차이를 살펴보면⁴⁾ (표 15) 결혼여부에 따라서는 바른생활습관의 형성에 대해 미혼인 경우 더 중요시하였다. 성별에 따라서 보면 여성이 남성보다 균형적인 식사와 간식, 말기는 시간의 융통성 등을 중요시하는 반면 남성이 바른 생활습관형성을 더 중요시하였고, 교육수준에 따라서는 대졸미만인 경우 안전성과 식가와 간식을 중요시 하나 대졸이상인 경우 정서적 안정과 인성발달, 바른생활습관 형성, 말기는 시간의 융통성 등을 더 중요시하였다.

한편 경제적 특성에 따른 차이를 보면 많은 항목에서 차이를 보이지는 않는다(표 16). 다만 기혼자의 경우 가계소득이 낮을수록 저렴한 비용을 중시하며 취업자의 경우 개인소득이 낮을수록 식사와 간식을 중요시하였다. 또한 주관적 생활수준에 따라서는 현재와 미래 자신의 생활수준을 높은 편이라고 생각할수록 비용문제보다 정서적 안정과 인성발달 등의 문제를 중시하는 경향이였다. 즉 낮은 상관이긴 하나 전반적으로 사회경제적 수준이 낮은 경우 비용문제와 물리적인 요건들을 중요시 하는 경향을 보였다.

V. 결론과 제언

이상의 결과에 근거하여 다음과 같이 결론을 내리고 제언할 수 있겠다.

첫째, 혼수마련부터 신혼주거마련까지 결혼에 관한 모든 것을 대행해 주는 전문서비스에 대한 소비자수요는 늘어날 것이다. 이러한 서비스에 대해 신세대소비자가 강력하게 선호하는 것은 경제적 부담을 줄이는 것이며 그외에 현재의 상업적인 결혼양식

을 탈피하고자 하는 것이다. 따라서 이러한 선호를 반영하는 서비스의 공급을 통해 신세대소비자의 선택을 넓힐 수 있다.

둘째, 신세대소비자가 원하는 신혼기주거를 공급하기 위해서는 다음과 같은 점을 고려해야 할 것이다. 우선 현대산업사회의 도시주거라는 느낌을 배제해야 한다. 그것은 폐쇄적 독립공간의 확보와 개방적 공동시설의 확보라는 두 가지 방안을 동시에 추구함으로써 가능하다. 특히 내부와 외부 모두가 똑같은 모양인 대규모 고층아파트 단지는 배제해야 한다. 내부시설은 질적 수준 상승과 편리성을 추구하되 아직 집단설비의 도입은 무리라고 생각된다. 또한 단지관리의 자치화, 외양의 다양화, 소규모 단지구성, 외부 개방공간의 확보, 독특한 단지 명칭 등을 통해 주거의 자아개념을 고취시킬 수 있도록 하는 배려도 필요하다. 단지의 밀도와 규모는 크지 않은 것이 좋겠으며 주거형태도 독립주택적 감각을 지닌 지층 집합주거도 고려해볼 만하다. 특히 단지규모가 클수록 건물외양의 다양화에 유의하고 주변시설 중에 이용시간이 자유로운 여가문화시설도 제공되어야 할 것이다.

셋째, 집주변 가까이에 위치하거나 셔틀버스로 연결이 되며 언제나 이용할 수 있는 다양한 여가시설이 신혼주거단지에 필수적이다. 특히 소비자의 여가활동욕구가 매우 다양하고 강렬하므로 자체 공급이 어려운 시설은 타지역 시설과의 체계적인 연계를 통해 소속감을 느끼면서 이용할 수 있도록 하는 배려가 필요하다. 가장 선호되는 시설은 남녀 불문하고 운동시설이며, 교양문화시설에 대한 수요도 많을 것으로 생각된다. 특히 책 빌려보는 도서관, 수영장, 소극장 등은 단지내에 제공되는 것이 좋겠다.

넷째, 탁아시설에 대한 신혼기 소비자의 수요는 매우 많을 것으로 예상되는데 무엇보다 훌륭한 서비스를 제공하는 것이 중요하다. 또 자녀를 타인에게 맡기길 꺼려하는 사람들이 매우 많으므로 신혼기주거 단지계획에서 노인용 주거동을 함께 계획하거나 노인부부와 신혼부부가 같은 동에서 거주하도록 계획

4) 1순위=8, 2순위=7, ..., 7순위=2, 8순위=1로 재부호화하여 t검정 및 상관관계를 분석하였음.

하여 부모세대를 함께 거주시키는 대안도 일정비용의 수요가 있을 것이다. 이들은 대체로 사회적 지위가 낮은 사람들에게서 수요가 많을 것으로 예상된다. 그러나 자녀가 어느정도 성장한 이후에는 체계적 교육, 다양한 놀이 등의 집단시설수요가 반드시 있게 되므로 탁아시설을 차별화하여 신체적인 보호와 건강에 초점을 두는 영아용 시설과 정서안정과 인성 발달, 사회성 교육 등에 초점을 두는 유아용 시설로 분리시킬 필요가 있겠다.

끝으로 이상과 같은 재화와 서비스의 다양화와 함께 바람직하지 못한 소비자선호를 지양시키는 소비자교육이 필요하다. 예를 들면 일부 신세대소비자에게서 나타난 과소비적인 결혼방식, 폐쇄적인 주거구조, 의존적인 주거마련방법, 탁아서비스에 대한 과도비용지출 등에 대한 선호를 지양시킬만한 교육 프로그램도 동시에 모색해야 할 것이다.

【참 고 문 헌】

- 1) 강대기(1990). 현대도시론. 서울 : 민음사.
- 2) 공성진 · 미래구상연구소(1991). 한국의 미래, 세계의 미래. 조선일보사.
- 3) 권미화(1994). 미혼 신세대소비자의 여가선호에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.
- 4) 김광득(1988). 한국의 여가시설개발에 관한 연구. 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 5) ———(1993). 여가의 사회학. 서울 : 현문.
- 6) 김태갑(1982). 우리나라 대도시의 여가계획을 위한 생활양식 개념에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 7) 배성일(1982). 생활주기에 따른 주거선호에 관한 연구. 서울대학교 환경대학원 석사학위논문.
- 8) 소비자 · 아동학과(1992). 우리아이들 어디서 자라는가?. 서울대학교 소비자 · 아동학과 심포지움 자료집.
- 9) 신권균(1989). 도시 근로청소년의 여가활동 및 시설에 관한 연구. 고려대학교 석사학위논문.
- 10) 신윤식 · 이철수 · 박재천 · 이정훈(1992). 정보사회론. 서울 : 데이콤 출판부.
- 11) 안청시 · 최일섭 엮음(1987). 전후세대의 가치관과 이념. 집문당.
- 12) 양병이(1991). 미래도시의 주거환경. 토지연구, 2(2), 32-41.
- 13) 유동근(1992). 소비자행동론. 서울 : 미래경영.
- 14) 윤정숙 · 이경희 · 홍형옥(1992). 주거학. 서울 : 한국방송통신대학출판부.
- 15) 이기춘(1992). 가정경제학-가계행동의 분석과 이해. 서울 : 교문사.
- 16) 이기춘 · 조은정 · 양 희 · 권미화(1993). 신세대 소비자의 신혼주거욕구와 여가시설 및 탁아시설에 대한 수요. 민간행보보고서.
- 17) 조은정(1994). 신세대소비자의 주거가치와 주거선호 : 신혼주거를 중심으로. 서울대학교 박사학위논문.
- 18) 최정혜(1984). 중도시 주부들의 주거환경에 관한 관심도 및 만족도 연구. 대한가정학회지, 22(2), 81-89.
- 19) 하꾸호도 생활종합연구소 엮음/최병선 옮김(1988). 分衆의 탄생. 서울 : 21세기북스.
- 20) 한국문화예술진흥원 문화발전연구소(1991). 여가놀이문화 개발 및 확산방안에 관한 연구. 서울 : 한국문화예술 진흥원.
- 21) 한국일보사(1990). 신세대-그들은 누구인가 상. 하. 서울 : 한국일보사출판부.
- 22) 홍형옥(1986). 한국인의 주거조정 및 적응에 관한 연구. 고려대학교 대학원 박사학위논문.
- 23) Bell, Daniel(1973). *The Coming of Post-Industrial Society*. Basic Books, Inc. Publishers.
- 24) Chatelain, Larac B. and H. Craig Petersen(1985). Consumer preferences for selected energy conservation features in housing. *Housing and Society*, 12(2), 107-112.
- 25) Follain, James R. and Emmanuel Jimenez(1985). The Demand for housing characteristics in developing countries. *Urban Studies*, 22, 421-432.
- 26) H. Douglas Sessom(1984). *Leisure Services : Youth and Leisure*. NewGersey : Engelwood Cliffs Prentice-Hall.

- 27) Keller, Suzanne(1981). *Building for Women*. Lexington Books, D. C. Health & Company.
- 28) McKinzie, Kay A. and E. Raedene Combs(1987). Husband/wife consensus on housing preferences. *Housing and Society*, 14(1), 75-82.
- 29) McMauns, B. R. and D. O. Baxter(1981). Revealed preferences for building materials: a survey of low and moderate income households. *Housing and Society*, 8(1), 45-51.
- 30) Morris, Earl W. and Jaeson Cho(1986). Logit model for housing preferences, demographic variables and actual housing conditions. *Housing and Society*, 13(2), 118-135.
- 31) Morris, Earl W. and Mary Winter(1978). *Housing, Family, and Society*. John Wiley & Sons, Inc.
- 32) Murphy James F. 1973. *Leisure Service Delivery System: a modern perspective*. Philadelphia, Lea.
- 33) Rapoport, Amos(1980). Environmental preference, habitat selection and urban housing. *Journal of Social Issues*, 36(3), 118-134.
- 34) Stampfl, R. W.(1982). Rhythms of change: societal movements consumer education and meta issues. in *ACCI Proceedings*.
- 35) Zey-Ferrell, Marry, Eleanor A. Kelley, and Alvin L. Bertrand(1977). Consumer preferences and selected socioeconomic variables related to physical adequacy of housing. *Home Economics Research Journal*, 5(4), 232-243.