대학생 소비자의 돈에 대한 태도 유형별 의복구매행동

The Clothing Purchase Behavior of College Students: A Comparison of Different Money Attitudes

이화여자대학교 소비자인간발달학과
석 사 박 정 숙
강 사 차 경 욱

Dept. of Consumer Science & Human Development, Ewha Womans Univ.
Master : Jung Sook Park
Instructor : Kyung-Wook Cha

목 차

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 이론적 배경
Ⅲ. 연구방법
Ⅳ. 연구결과 및 논의
Ⅴ. 요약 및 결론
참고문헌

<Abstract>

The purposes of this study were to identify money attitudes of college students and to examine both socio-economic characteristics and clothing purchase behaviors by different money attitudes. For this study, guestionnaires completed by 2-year and 4-year-college students (n=426) were analyzed by factor analysis, cluster analysis, χ^2- test, and ANOVA.

The results of this study were as follows:

First, the money attitudes were composed of five factors and they were categorized by three clusters: cluster of considering the money as a tool for future safety, a way of approval and filling up emotions, and inclination toward stinginess and distrust.

Second, the factors which were associated with money attitudes were academic level, education level of parents, household income, students' own income, and the economic level of their households.

Third, in each type of attitudes, the clothing purchase behavior had four steps of decision making: problem recognition, information search, evaluation of alternatives, and the purchase. There were significant differences in the clothing purchase behavior among the money attitude styles.

주제어(Key Words): 돈에 대한 태도(money attitudes) 대학생(college students), 의복구매(clothing purchase)

Corresponding Author: Kyung-Wook Cha, Dept of Consumer Science and Human Development, Ewha Womans University, 11-1 Daehyun-dong, Sodaemun-ku, Seoul 120-750, Korea Tel: 82-2-3277-3099 Fax: 82-2-3277-3099 Email: kyungwcha@hotmail.com

I. 서 론

급속한 경제 성장과 기술의 발달로 재화와 서비스가 점차 복잡해지고 다양화됨에 따라, 선택의 폭이 넓어진 소비자들은 다양한 구매행동을 경험하고 있다. 소비자들의 구매행동은 수요와 공급원리에 근거한 시장경제 구조, 소비자들이 가지고 있는 경제적 자원 뿐 아니라, 그들의 가치관과 태도, 심리·사회적인 조건 등 복합적인 요인의 영향을 받아 형성된다. 그러나 가치관과 태도와 같은 주관적인 변인들은 보편적인 기준에 의해 계량화하기 어렵기 때문에 다양한 접근과 심층적인 분석이 요구된다.

구매활동 및 소비생활을 영위하는데 있어 가장 기본적인 수단인 돈에 대해서 소비자들이 어떤 태도를 가지고 있느냐를 조사하는 것은 그들의 심리적, 주관적인 측면을 파악하는데 매우 유용하다고 알려져 있다(Garman & Forgue, 1997; Goldberg & Lewis, 1978; Hollowell & Grace, 1991). 돈은 시장경제에서 교환의 수단이 되는 실용적인 도구인 동시에 사회·문화적으로도 다양한 의미를 내포하기 때문이다. 태도란 어떤 대상에 대하여 지속적으로 호의적 또는 비호의적으로 반응하는 학습된 성향으로서, 어린 시절부터 형성되며 주위의 환경적 자극에 의해 영향을 받는다. 사람들은 환경과 경험에 의해 제각기 나름대로 돈에 대한 태도를 형성하고 돈을 다루는 독특한 양식을 획득하며, 이는 그들의 소비생활 전반에 반영되어 나타난다. 따라서 개인이 가지고 있는 돈에 대한 태도를 이해하면 구매행동과 관련된 문제를 접근하는 것이 용이해진다.

현대 소비사회 구조에서 대학생집단이 차지하는 비중은 과거에 비해 많이 확대되었다. 청소년기에서 성인기로 접어드는 과도기에 위치한 대학생 소비자들은 유행을 선도하는 지성인층으로, 현재의 소비자 역할에 대한 올바른 학습이 다른 세대의 소비자 역할에 영향을 줄 수 있다는 점에서 중요한 의미를 가진다. 대학생 소비자들은 청소년기에 비해 독자적으로 상품을 선택, 구매하는 기회가 증가하므로 현명한 구매의사결정 능력이 보다 절실히 요구되며, 특히 가계소득수준의 향상과 대학생 아르바이트 기회의 확대 등으로 인해 소비수준이 증가됨에 따라 소비자 집단으로서의 중요성이 증대되었다(서정희, 염수경, 1998; 채정숙, 1992). 이러한 측면에서 볼 때, 대학생 집단이 돈에 대해 가지고 있는 태도를 파악하고, 그들의 구매행동을 분석하는 것은 미래 소비주체의 소비패턴을 예측하고, 나아가 비합리적인 소비생활을 개선하는 방향을 제시할 수 있을 것으로 사료된다. 특히 연령적으로 청년후기에 속하는 대학생들이 유행에 민감하며, 의복 구매에 대해 동질적이면서도 다양성을 요구할 뿐 아니라, 대부분의 학생들이 그들의 수입 중 가장 많은 부분을 의복구입에 지출한다는 점을 감안할 때 (Horn & Gurel, 1981 : 이수정, 1994에서 재인용), 의복구매행동을 중점적으로 살펴보는 것이 대학생들의 구매행동 패턴을 살펴보기에 가장 적합할 것으로 보인다.

이에 본 연구에서는 대학생 소비자들이 가지고 있는 돈에 대한 태도를 파악하고, 이에 따라 그들의 의복구매행동이 의사결정 단계별로 어떤 차이를 보이는지에 대해 분석하고자 한다. 본 연구는 소비문화를 주도하는 대학생 소비자 집단의 구매행동과 소비패턴을 파악함에 있어 돈에 대한 태도와 같은 주관적인 변인을 접목시킴으로서, 비체계적으로 나타나는 행동에 대한 설명을 가능하게 하고, 각기 다른 태도를 가진 소비자들에게 적합한 합리적인 소비 방향을 제시하는 기초자료가 될 수 있을 것이다. 또한 돈에 대한 태도에 따른 의복구매행동 분석 결과를 통해, 대학생 소비자들을 주요 고객으로 하는 기업측에게 중요한 정보를 제공할 수 있을 것이며, 돈에 대해 각기 다른 태도를 가진 대학생 소비자 집단이 보다 합리적인 성인 소비자 집단으로 성장하기 위해 필요한 소비자교육 프로그램 개발을 개별화, 전문화하는데 중요한 자료가 될 것으로 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 돈에 대한 태도

현대 사회에서 돈이 갖는 의미는 교환의 수단이

라는 경제적인 의미 외에 심리·사회적인 측면에서 다양한 의미를 지닌다. 돈은 사회적 성취나 인정의 욕구충족을 위해 필수 불가결한 수단이며, 이는 물질을 대체하는 2차적 물질이지만 소유물 자체보다 더 강력한 소유물 역할을 한다. 돈은 우리 생활에서 욕구를 충족하고 생활의 안정과 자유, 권력, 혹은 다른 심리적인 만족을 획득하는데 사용되는 중요한 수단인 것이다(Goldberg & Lewis, 1978). Lindgren (1980)에 의하면, 사람들이 돈에 대해 가지고 있는 태도는 그들의 삶을 통합하고, 행동을 동기화시키며 기대와 계획, 불안과 실망감 등에 영향을 미친다고 하였다. 이렇듯 돈이 인간의 행동에 영향을 미치고 다양한 상징적인 의미를 가진다는 점에 착안하여, 선행연구들은 돈에 대한 태도나 가치관, 관리방식 등을 분류하였다(Wilhelm, Varcoe & Fridrich, 1993에서 재인용).

Yamauchi와 Templer(1982)는 돈에 대한 태도유형을 분류하기 위하여 권력-지위(power-prestige), 안전감(security), 저장감(retention)의 세 가지 측면을 기본으로 5가지 요인을 설명하였다. 그 구체적인 내용을 살펴보면 첫째는 돈을 권력이나 지위의 상징으로 보는 것이며, 둘째는 시간-저장의 차원으로 보는 것, 셋째는 돈에 대해 불신하는 태도, 넷째는 권력-지위의 상징을 기반으로 하는 질적인 측면이며, 다섯째는 돈에 대해서 불안, 걱정을 가지는 태도로 세분화된다. Hallowell과 Grace(1991)는 그들의 저서 「Money and Mind」에서 사람들이 가지고 있는 돈에 대한 스타일(Money Style)을 나누었다. 그들은 크게 광신자(enthusiasts), 지출자(spender), 미관여자(uninvolved), 회의론자(skeptics)의 네 가지 스타일로 나누고 각각을 정도에 따라 몇 가지 유형으로 세분하여 그 의미와 특성을 서술하고 금전관리 스타일을 살펴보았다.

Wilhelm, Varcoe와 Fridrich(1993)은 돈에 대한 태도를 네 가지로 나누었는데 첫째, 돈에 대해서 강박적인 태도를 지닌 사람으로서 돈의 지위와 중요성에 몰두하는 사람(obsession), 둘째 돈을 사용하는데 어려움을 나타내는 태도를 지닌 사람(retention), 셋째 기분전환을 위해 돈을 사용하는 지출자적 태도를 지닌 사람(spend), 넷째 돈을 노력의 결과로 보는 태도를 지닌 사람(effort)으로 나누었다. 그리고 각 태도에 따라 재정적인 만족감이 어떻게 나타나는지를 살펴보았다. 여성의 경우, 지출자적 태도를 지니거나 노력의 결과로 보는 태도를 지니고 있을 때 재정적인 만족감이 높았으며, 돈을 사용하는데 어려움을 가진 사람들은 만족도가 낮은 것으로 나타났다. 남성의 경우도 역시 돈을 노력의 결과라고 생각하는 사람들이 더 높은 재정 만족감을 보여주었다. 이태희(1990)의 연구에서는 고등학생들의 돈에 대한 의미판단 차원을 분석한 결과, 경제적 안정성 요인, 유용성 요인, 친근성 요인, 도덕성 요인, 건전성 요인의 다섯 가지 요인으로 분류했으며, 돈의 상징적 의미는 개인이나 생활배경에 따라 차이가 있다고 보고하였다. 즉, 자신이 지각하기에 중산층 이상의 집단에 속하는 학생들이 하류층 집단에 속하는 학생들보다 돈에 대해 긍정적인 사고를 가지고 있으며, 돈을 행복과 안정의 기본 수단으로 지각하는 것으로 나타났다.

돈에 대한 태도 유형별 가계의 저축 및 지출행동을 연구한 백은영(1997)은 돈에 대한 태도 유형을 감정충족의 도구, 미래 안전의 도구, 인색한 태도, 성공의 척도, 불안의 원천의 다섯 가지로 분류하였다. 돈을 감정 충족의 도구로 여기는 소비자들은 감정이나 기분에 따라 지출하고, 비계획적인 소비행동을 취하는 경향이 있었고, 돈을 미래 안전의 도구로 여기는 유형은 돈을 계획적으로 사용하며 미래를 위한 저축수단으로 사용하는 경향이 높았다. 돈에 대해 인색한 태도를 지니고 있는 집단은 자기 자신은 물론 타인에 대해서도 돈의 사용에 있어서 통제적인 행동을 취했으며, 돈을 성공의 척도로 생각하는 집단은 돈을 많이 벌고 자산을 많이 소유하는 것을 가장 중요하게 생각하고, 자신의 부를 타인에게 과시하기 위해 돈을 사용하는 경향을 보여주었다. 또한 돈에 대해 불안감을 지니고 있는 집단은 돈에 상당히 의지하는 태도를 보이면서 그것을 잘 다루지 못하여 안절부절 하는 경향을 나타냈다.

김정훈(1998)의 연구는 Bailey(1988)의 연구에 근거하여 돈에 대한 태도를 세 가지로 분류하였는데, 첫째 집착적 태도를 가진 사람들은 돈과 관련된 모

든 것에 매우 많은 관심을 보였고, 둘째 폐쇄적 태도를 지닌 사람들은 자신의 돈 관리 상태를 타인에게 노출시키지 않으려는 특성을 나타냈으며, 마지막으로 돈의 사회적 힘을 인식하는 태도를 지닌 사람들은 타인을 통제하는 수단으로 돈을 사용하는 경향을 나타냈다. 김정훈과 이은희(2002)의 연구에서는 돈에 대한 태도와 관련하여 안전, 감정, 성공, 인색, 불안의 다섯 개의 하위구조를 얻은 후, 불안, 성공, 감정 영역의 값이 더 큰 군집을 정서형으로, 안전영역이 더 큰 군집을 인지형으로 명명하였다. 대학생 소비자들을 대상으로 한 그들의 연구 결과에 따르면, 남학생들은 인지형이, 여학생들은 정서형이 많았으며, 돈에 대한 태도가 정서형인 대학생들은 주로 저축보다는 소비를 선호하는 물질중심적 가치관을 갖고 있었고, 돈에 대한 태도가 인지형인 대학생들은 돈으로 행복을 살 수 없다고 생각하는 의미중심적 가치관이 우세한 것으로 나타났다.

Prince(1993)에 의하면, 자아개념은 인간의 행동과 선호에 영향을 미치는 변수인데, 개인의 소비행동을 알아보고자 할 때 추상적 개념인 자아개념으로 접근하기 보다는 자아를 확장시켜 주는 돈에 대한 태도를 통해 접근하는 것이 보다 구체적인 설명을 제공할 수 있다고 하였다. 돈은 자아를 직접적으로 확장시켜주고 힘이나 성공, 자존감, 성역할과 복지의 수단으로 기능하기 때문에 돈에 대한 태도는 자아를 반영하며 행동이나 선호가치 수준에 영향을 미친다고 하였다.

이와 같이 선행연구들을 살펴볼 때, 개인이 돈에 대해 가지는 태도는 서로 다르며 그 태도가 몇 가지로 유형화될 수 있음을 알 수 있고, 돈에 대한 태도가 인간 행동에 큰 영향을 미치며, 특히 인간의 소비행동을 살펴볼 때 매우 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있다.

2. 의복구매행동

소비자 구매행동은 구매활동 자체뿐 아니라 구매전·후에 나타나는 탐색이나 구매후 평가까지 포함하며, 소비자의 물리적 활동뿐만 아니라 심리적 결정의 의미도 포괄한다. 구매행동은 개인이나 집단의 욕구충족을 위하여 재화나 서비스를 획득하는데 관련된 의사결정과정에서 나타나는 정신적·육체적 행동과정이라고 정의할 수 있으며, 소비자행동의 일련과정 중 의사결정과정에 가장 핵심적인 행동으로 알려져 있다(김동기, 이용학, 이성호, 1995; 허현미, 1991). Stanton(1981)은 가족, 준거집단, 사회계층, 문화 등 사회·문화적 요인과 학습경험, 개성, 태도와 신념, 자아개념 등 심리적 요인이 복합적으로 소비자 구매행동에 영향을 미친다고 보고하였다.

소비자의 구매의사결정은 일반적으로 문제인식, 정보탐색, 대안의 평가, 구매, 그리고 구매후 평가의 과정을 통해 이루어지며, 의복제품의 구매행동 역시 일반적인 구매의사결정 과정에 근거하여 실질적인 구매가 이루어진다. 의복구매행동은 의복에 대한 관심, 태도 등에 의해서 의복을 선택, 구매, 착용하는 행동을 의미하는데, 문화적 환경요인과 개인적 욕구인 동기유발로 인하여 필요로 하는 의류상품을 지각하고 정보를 탐색한 후 대안을 비교·평가하여 선택하는 일련의 과정을 거치게 된다. 의복구매행동에 대한 선행연구를 살펴보면, 거시적인 시각으로부터 미시적 시각에 이르기까지 매우 다양하게 진행되어 왔으며 구매동기, 정보원, 의복선택기준, 점포선택기준, 구매장소, 구매시기 및 구매상황, 구매빈도, 구매가격, 지불방법, 의복 불만족 및 불평행동 등 다양한 측면에서의 접근이 시도되어 왔다(김민희, 1998).

본 연구에서는 의복의 구매의사결정 과정에 근거하여 선행연구를 살펴보았다. 소비자 구매의사결정의 첫번째 단계인 문제인식은 원하는 상태와 현재 상태의 차이에서 발생하며, 이 차이의 크기와 문제가 가지는 중요성에 따라 구매로 연결될 것인가 아닌가가 결정된다. 문제인식이 발생되는 동기는 환경의 변화, 제품에 대한 새로운 인식, 제품의 고갈, 마케팅 자극, 개인적 성향 등이 대표적이다(김영신 외, 2000; 송용섭, 1987). 대학생을 대상으로 의복구매동기를 조사한 김정희(1988)의 연구에 따르면 '새로운 유행을 따르기 위해', '소유하고 있는 옷과의 조화를 위해서'가 가장 많은 빈도를 차지했으며, 여대생만을 대상으로 조사한 류은정(1991)의 연구에 따

르면, '적당히 입을 만한 옷이 없어서', '계절이 바뀌어서', '소유하고 있는 옷과의 조화를 위해서'가 주요 이유로 나타났다.

구매의사결정 과정의 두 번째 단계인 정보탐색 과정에서 소비자들은 매스미디어, 주위의 사람들, 기업의 광고 등을 통해 정보를 얻게되는데, 여대생을 대상으로 의복구매와 관련된 정보를 얻는 원천을 조사한 정혜영(1983)의 연구에 따르면, 패션잡지나 거리 사람들의 차림새, 실제 진열된 상품들로 부터 의복 구매에 대한 정보를 얻는 것으로 나타났다. 여대생을 대상으로 한 선행연구들은 대부분 타인의 의복관찰이나 자신의 구매경험, 친구나 가족의 조언 등이 중요한 정보원임을 보여주었다(김은정, 1998; 이혜주, 1987; 임경복, 1991).

구매의사결정의 세 번째 단계인 대안의 평가는 소비자가 제품 선택과 관련된 문제에서 대안적인 해결을 하기 위해 확실한 기준을 근거로 세밀하게 감정하는 활동을 의미한다. 소비자들이 사용하는 선택기준은 그들의 내면적 구매동기를 반영하여 구매의 주요 목적과 그 제품으로 부터 얻고자 하는 효익에 의해 결정되며, 상품에 따라 달라지고, 객관적일 수 있고 주관적일 수도 있으며, 개성에 따라 다르게 나타나고, 사회 및 심리적 변수에 의해 크게 영향을 받는다. 소비자들이 상품을 선택하는 기준은 위생적 기준(인체무해, 보건, 청결), 기능적 기준(소재, 사용편리, 성능), 감각적 기준(색채, 형태, 촉감), 사회 심리적 기준(고가, 사회계층표현, 과시가치), 경제적 기준(저가, 품질양호, 효용가치) 등을 포함한다 (김경순, 1988; 박정연, 1989; 홍병숙, 1986).

실질적으로 구매가 이루어지는 단계에서는 구매시기, 점포선택기준, 점포형태, 구매비용, 지불방법 등에 대한 선행연구를 찾아볼 수 있다. 구매시기에 대한 연구를 살펴보면, 박정민(1997)은 대학생의 경우 의복구매시기는 의복품목별 차이를 나타내 정장, 재킷, 점퍼 등 가격이 상대적으로 높은 품목들은 할인판매나 특별 행사기간을 이용하고, 그 외에 가격부담이 적은 품목들은 뜻밖의 수입이 생겼을 때 구입하는 것으로 나타났다. 점포선택 기준에 대한 연구결과를 살펴보면, 이주은(1990)의 연구에서 여대생은 점포이미지를 평가할 때 점포 내에 있는 제품의 품질과 가격을 가장 중요시하였고, 중년여성들은 품질과 서비스 요인을 중시하는 것으로 나타났다. 여대생을 대상으로 점포형태에 대해 조사한 임숙자(1992)의 연구에서는 유명백화점에서 구입하는 비중이 가장 높다고 나타났으며, 류은정(1991)의 연구에 따르면 정장을 구입할 때는 중심가의 유명 백화점을 가장 많이 이용하고 캐주얼을 구입할 때는 소매점을 많이 이용하는 것으로 나타났다. 남자 대학생을 조사대상으로 한 박정연(1989)의 연구에서는 주로 구매하는 점포형태가 시장, 유명제조업체 대리점, 직매장, 백화점 순으로 나타났다.

구매비용과 관련된 선행연구를 살펴보면, 이주현(1998)의 연구에서는 20대 여성소비자가 신용카드로 의복을 구매하는 비용은 월평균 10~20만원대가 가장 많은 빈도를 차지했고, 그 다음으로는 20~30만원대로 나타났다. 여대생을 대상으로 한 이연희(1996)의 연구에서는 의복구매를 위해 월평균 2~5만원대와 5~10만원대를 지불하는 소비자들이 많았으며, 중년여성들을 대상으로 한 장혜원(1995)의 연구에서는 월평균 20만원~30만원을 지불하는 비중이 가장 높은 것으로 나타났다. 의복구매와 관련된 대금지불 방법에 있어, 직장인과 대학생의 행동패턴을 비교한 윤미라(2000)의 연구에 따르면, 대학생은 현금을 직장인은 일반신용카드를 유의하게 많이 사용함을 알 수 있었다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구의 목적은 대학생 소비자들이 돈에 대해 갖고 있는 태도 유형을 분류하고 그 유형에 따라 의복구매행동이 어떤 차이를 나타내는지 분석함으로서, 돈에 대한 태도라는 주관적 변인이 실제 구매행동에 어떻게 반영되는지 살펴보는 것이다. 본 연구에서 설정한 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

〈연구문제 1〉 대학생 소비자들의 돈에 대한 태도 유

형은 어떻게 분류되는가.

〈연구문제 2〉 대학생 소비자들의 사회경제적 특성에 따라 돈에 대한 태도 유형은 어떠한 차이를 보이는가.

〈연구문제 3〉 돈에 대한 태도 유형에 따라 대학생 소비자들의 의복구매행동은 구매의사결정 단계별로 어떠한 차이를 보이는가.

2. 조사대상 및 자료수집 과정

본 연구는 대도시를 중심으로 서울·경기지역, 대구, 전주에 소재한 2년제 및 4년제 대학교에 재학중인 남녀 대학생들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본조사에 앞서 2001년 10월 20일부터 10월 26일까지 총 60부의 설문지를 배포하여 예비조사를 실시하였고, 미회수되었거나 부실 기재된 4부를 제외하고 56부를 분석한 결과를 바탕으로 설문지를 수정·보완하여 재구성하였다.

본조사는 2001년 10월 29일부터 11월 14일까지 개별면접과 자기기입식 설문조사를 병행하여 진행되었고, 거주지역과 성별에 따른 유의할당 표집을 실시하였다. 총 600부의 설문지를 배포했으며, 이 중 477부가 회수되었으나 부실기재되어 분석이 용이하지 않은 자료를 제외하고 최종적으로 426부가 분석자료로 사용되었다.

3. 측정도구의 구성

본 연구에서는 대학생 소비자들이 갖고 있는 돈에 대한 태도 유형과 그에 따른 의복 구매행동을 분석하기 위하여, 선행연구와 이론적 배경을 근거로 측정도구를 구성하였다. 본 연구에 사용된 설문지는 조사대상자의 사회인구학적·경제적 특성을 파악하기 위한 변인, 돈에 대한 태도를 알아보기 위한 문항 및 의복구매행동 과정을 파악하기 위한 문항으로 구성하였다.

사회인구학적·경제적 변인에는 조사대상 대학생의 성별, 학년, 거주상태, 부(모)의 교육수준 및 직업, 가계소득, 용돈, 용돈 외 수입, 신용카드 보유 개수와 생활수준이 포함되었다. 학년은 연령의 대리변인으로 사용했으며, 거주상태는 부모와 동거하는지 여부를 알아보았고, 동거하고 있지 않은 경우라도 조사대상자 부모 중 가구주인 사람의 교육수준과 직업을 조사하였다. 가계소득은 근로소득, 금융소득, 부동산 소득, 기타 이전소득을 포함한 월 평균 총소득을 의미하고, 용돈은 부모나 가족으로부터 받는 돈을, 용돈 외 수입은 본인의 근로소득이나 금융소득 등을 의미한다. 생활수준은 대학생 소비자 스스로가 인식하고 있는 수준을 알아본 것으로, 설문문항에서는 세부단계로 분류했으나, 최종 분석에서는 상·중·하로 재구성하여 사용하였다.

돈에 대한 태도를 묻는 문항은 Yamauchi와 Templer(1982)가 개발한 돈에 대한 태도 척도(The Development of a Money Attitude Scale)와 Wilhelm, Varcoe와 Fredrich(1993)가 사용한 척도를 바탕으로 했으며, 한국의 선행연구(김정훈, 1998; 백은영, 1997; 송미화, 1995; 이순희, 2000)를 참고하여 척도를 수정·보완, 또는 첨가·삭제하여 총 21문항을 구성하였다. 각 문항은 1점(전혀 그렇지 않다)부터 5점(정말 그렇다)까지 5점 리커트 척도로 구성하였으며, 문항간 내적 일치도를 검증하기 위해 신뢰도 분석을 시도한 결과 Cronbach's α계수는 0.77이었다.

의복구매 행동에 관한 문항은 의사결정 단계별로 나누어 작성하였으며, 선행연구(김은정, 1998; 김정희, 1988; 임경복, 1991; 임숙자, 1992; 이주현, 1998; 정혜영, 1983; 홍병숙, 1986)를 토대로 각 단계에서 주요 변수를 측정할 수 있는 문항으로 구성하였다. 첫째, 문제인식 단계에서는 구매동기를 측정하기 위하여 4문항을 구성하였으며, 각 문항마다 1점(전혀 그렇지 않다)부터 5점(매우 그렇다)까지의 점수를 부여하였다. 둘째, 정보탐색 단계에서는 정보 원천을 측정하는 4개의 문항을 5점 리커트 척도로 구성하였다. 셋째, 대안평가 단계에서는 의복 선택기준 변수를 측정하고자 하였으며, 선행연구를 토대로 5문항의 5점 리커트 척도로 구성하였고 넷째, 구매단계에서는 구매시기, 점포선택기준, 점포형태, 구매비용 및 대금지불 방법을 측정하는 문항들을 포함하였다.

4. 자료분석 방법

돈에 대한 태도 유형 분류는 요인분석(Factor Analysis)을 적용하였다. 본 연구에서는 주성분 분석(Principal Component Analysis)을 실행한 후 직교회전(varimax rotation)하는 방법을 이용하였으며, 돈에 대한 태도 유형에 따라 유사한 태도를 지니고 있는 대학생 소비자를 묶어 그 특성을 일목요연하게 파악하기 위해 군집분석(Cluster Analysis)을 실시하였다. 요인점수의 동질성을 측정하는데는 유클리드의 거리자승법(Squared Euclidean Distance)을 사용하였고, 동질적인 조사대상자들을 묶는 방법으로 워드방법(Ward's method)을 사용하였다. 군집의 수를 파악하기 위해 3개, 4개, 5개의 군집으로 나누어 각각 ANOVA와 사후검증을 실시하여, 각각의 요인에서 하나의 군집 평균점수가 뚜렷이 높게 나타나는 지 살펴본 후 군집의 수를 선택하였다. 돈에 대한 태도 유형에 따라 표본의 특성 차이를 검증하기 위하여 카이제곱(χ^2)검증 및 일원분산분석(ANOVA)를 실시하였다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 돈에 대한 태도 유형 분류

1) 돈에 대한 태도 요인분석

돈에 대한 태도유형을 분류하기 위해 21개의 문항들을 이용하여 요인분석을 실시한 결과 5개의 요인이 추출되었으며, 5개 요인의 총 설명분산은 61%

<표 1> 돈에 대한 태도 요인분석

구 분	문항 내용	요인 적재치	Eigen Value
요인1 성공과 권력의 상징	① 나는 돈을 많이 번 사람이 성공한 사람이라고 생각한다	0.691	4.450 (21.2%)
	② 성공은 그 사람이 하는 일을 보고 판단해야 하지만, 나는 그 사람의 재산에 더 많이 영향을 받는 경향이 있다	0.749	
	③ 나는 나보다 돈을 더 많이 소유한 사람을 존경하는 것 같다	0.637	
	④ 나는 때때로 그들의 능력이나 성취와는 관계없이 나보다 돈을 덜 가지고 있는 사람보다는 내가 더 우월하다고 느낀다	0.586	
	⑤ 나는 돈이면 무슨 일이든지 해결할 수 있다고 믿는 편이다	0.682	
	⑥ 나는 내가 의지할 수 있는 유일한 것은 돈이라고 생각한다	0.768	
요인2 인정 받기 위한 수단	① 물건을 살 때, 그 물건이 다른 사람에게 좋은 인상을 줄 것이라는 생각을 하며 구입할 때가 있다	0.654	2.749 (13.1%)
	② 다른 사람에게 나에 대해 좋은 인상을 주기 위해 고급스런 물건을 갖는 경향이 있다	0.792	
	③ 나는 최고급품을 갖기 위해 많은 돈을 쓰는 편이다	0.626	
	④ 나는 가능한 한 가장 비싼 물건을 사는 편이다	0.653	
	⑤ 나는 유명 브랜드의 제품을 사는 편이다	0.748	
	⑥ 사고 싶은 물건이 있으면 현금이 부족하더라도 신용카드나 월부로 사는 편이다	0.567	
요인3 미래 안전의 도구	① 나는 미래를 위해 재정계획을 하는 편이다	0.767	2.531 (12.1%)
	② 나는 미래를 대비하기 꾸준히 저축을 하는 편이다	0.835	
	③ 어려울 때를 대비해서 비상금을 마련해 두고 있다	0.784	
	④ 계획한 예산에 맞추어 돈을 쓰는 편이다	0.712	
요인4 인색함과 불신감	① 물건을 산후에는 꼭 '다른데서 더 싸게 살 수 있었을 텐데' 하는 느낌이 든다	0.803	1.547 (7.4%)
	② 비싼 물건을 살 때마다 꼭 속아서 사는 것 같다	0.834	
	③ 돈이 있건 없건 간에 일단은 '너무 비싸서 못 사겠다' 라고 말하는 편이다	0.581	
요인5 감정충족의 도구	① 나는 기분이 나쁠 때 돈을 쓰는 경향이 있다	0.873	1.514 (7.2%)
	② 기분전환을 위해 돈을 쓴다	0.875	
		-	12.791(60.9%)

정도였다. 각각의 요인들은 분석 결과 요인 적재치가 .40 이상인 변수들로 구성되었으며 〈표 1〉에 정리된 바와 같다.

요인별로 살펴보면, 6개의 문항이 포함된 요인 1이 설명하는 분산은 21.2%이었으며, 다섯개의 요인 중 설명력이 가장 높았다. 요인 1은 많은 돈을 소유하는 것을 인생의 성공으로 여기고 소유한 돈의 액수를 자신의 권력과 동일시하는 성향을 나타내므로, '성공과 권력의 상징'으로 명명하였다. 이 요인에서 높은 점수를 받은 사람일수록 돈을 인생의 성공과 권력의 척도로 여기는 경향이 크다고 할 수 있다. 요인 2에는 총 6문항이 포함되었으며, 분산설명도는 13.1%로 나타났다. 이 요인에서 높은 점수를 받은 사람들은 타인에게 인정받고 과시하기 위해 고가품과 고가 브랜드를 선호하는 경향을 나타내므로, 돈을 '인정받기 위한 수단'으로 여긴다고 할 수 있다.

요인 3에 의해 설명되는 분산은 12.1%였으며, 총 4문항을 포함하였다. 요인 3은 미래를 대비해 꾸준히 저축하고 비상시를 대비하여 돈을 비축해 두며, 예산에 맞추어 지출하는 경향을 설명하였다. 이 요인에서 높은 점수를 얻은 사람들은 돈을 계획적으로 사용하고 저축하는 경향이 높았으며, 이러한 태도를 '미래 안전의 도구'로 명명하였다. 총 3문항을 포함한 요인 4는 총 분산의 7.4%를 설명하였다. 이 요인은 미래를 위해 현재의 소비를 보류하는 것이 아니라, 기본적으로 돈에 대해 인색하고, 돈과 관련해서 타인을 잘 믿지 못하는 경향을 보여주었다. 요인 5에는 2문항이 해당되었으며 분산설명도는 7.2%였다. 이 요인은 돈에 대해 감정적 측면이 결합된 태도로서, 기분전환을 위해 계획 없이 지출한다든지, 돈을 사용함으로서 감정을 충족하므로 '감정충족의 도구'라고 명명하였다.

2) 돈에 대한 태도유형 군집분석

요인분석을 통해 얻은 돈에 대한 태도 유형 각각이 가진 요인점수의 동질성을 조사하기 위하여 군집분석을 실시하였다. 군집을 3개, 4개, 5개로 나눈 후 ANOVA와 사후검증을 실시한 결과, 군집을 4개와 5개로 분류한 경우에는 각각의 요인에서 어느 한 군집의 평균점수가 높게 나타나지 않고 두 개의 군집에서 비슷한 점수를 보였다. 그에 반해 군집을 3개로 범주화했을 때에는 각각의 요인에서 특정한 하나의 군집의 평균 요인점수가 타 군집의 평균 요인점수 보다 높게 나타남에 따라, 본 연구에서는 군집을 3개로 나누었다. 〈표 2〉는 3개의 군집, 즉 성공 및 안전의 도구로 여기는 유형, 인정받기 위한 수단이나 감정충족의 수단으로 여기는 유형, 돈에 대해 인색하고 불신하는 유형의 평균 요인점수와 표준편차를 보여주고 있다. 평균 요인점수가 그 자체의 표준편차보다 크면 요인점수가 높다고 판정하고, 그 자체의 표준편차의 음의 값보다 작으면 요인점수가 낮다고 보았으며, 그 사이의 값을 가질 경우에는 중간이라고 판정하였다(손상희, 1993).

〈표 2〉 군집별 평균 요인점수와 표준편차

(N=426)

군집 / 요인	1군집 성공 및 안전의 도구 (N=88)	2군집 인정·감정충족의 도구 (N=131)	3군집 인색함·불신감 (N=207)
① 성공과 권력의 상징	0.99 (0.88)	-0.67 (0.76)	0.01 (0.82)
② 인정받기 위한 수단	0.22 (1.00)	0.64 (0.93)	-0.50 (0.75)
③ 미래 안전의 도구	0.55 (0.74)	-0.10 (0.89)	-0.17 (1.08)
④ 인색함과 불신감	-0.74 (0.81)	-0.09 (0.92)	0.37 (0.94)
⑤ 감정충족의 도구	-0.17 (0.93)	0.55 (1.13)	-0.27 (0.79)

* ( )안은 표준편차임.

2. 돈에 대한 태도 유형별 조사대상자의 특성 비교

앞에서 분류한 돈에 대한 태도 유형 별로 조사대상자의 사회인구학적·경제적 특성을 비교한 결과는 〈표 3〉에 제시된 바와 같다. 대학생들이 돈에 대해 갖고 있는 태도는 성별에 따라 유의한 차이를 나타내지는 않았으나, 그들의 학년에 따라서는 유의한 차이를 보여주었다. 대학교 1학년 학생들은 돈에 대해 인색하고 불신하는 경향이 높게 나타났으며, 2학년과 3학년은 인정받는 수단이나 감정충족의 도구로, 4학년은 성공의 상징이나 미래를 위한 안전도구로 생각하는 경향이 상대적으로 높게 나타났다. 1학년의 경우 스스로 금전관리를 하는 능력이 대체

〈표 3〉 돈에 대한 태도 유형별 조사대상자의 특성 비교

변 인		전 체	돈에 대한 태도 유형			χ^2 또는 F-값
			1군집 성공·미래 안전도구	2군집 인정·감정 충족도구	3군집 인색·불신감	
빈 도(%)		426 (100)	88 (20.9)	131 (30.8)	207 (48.6)	
성별	남	163 (38.3)	25 (28.4)	53 (40.5)	85 (41.1)	4.571
	여	263 (61.7)	63 (71.6)	78 (59.5)	122 (58.9)	
학년	1학년	127 (29.8)	23 (26.1)	23 (17.6)	81 (39.1)	21.584***
	2학년	64 (15.0)	13 (14.8)	29 (22.1)	22 (10.6)	
	3학년	131 (30.8)	27 (30.7)	47 (35.9)	57 (27.5)	
	4학년	104 (24.4)	25 (28.4)	32 (24.4)	47 (22.7)	
거주 상태	부모와 동거	305 (71.6)	68 (77.3)	82 (62.6)	155 (74.9)	7.710*
	기타	121 (28.4)	20 (22.7)	49 (37.4)	52 (21.5)	
부(모)의 직업	단순직	74 (17.4)	10 (11.4)	26 (19.9)	38 (18.3)	11.194
	자영업	130 (30.5)	24 (27.3)	27 (20.6)	79 (38.2)	
	사무직	74 (17.4)	20 (22.7)	25 (19.1)	29 (14.0)	
	전문직	148 (34.7)	34 (38.6)	53 (40.4)	61 (29.5)	
부(모)의 교육수준	중졸이하	90 (21.1)	8 (9.1)	21 (16.0)	61 (29.5)	29.766***
	고졸	164 (38.5)	36 (40.9)	42 (32.1)	86 (41.5)	
	대졸이상	172 (40.4)	44 (50.0)	68 (51.9)	60 (29.0)	
가계 소득	200만원이하	64 (15.0)	13 (14.8)	19 (14.5)	32 (15.5)	16.939**
	201-300만원	134 (31.5)	22 (25.0)	44 (33.6)	68 (32.8)	
	301-400만원	108 (25.4)	19 (21.6)	28 (21.4)	61 (29.5)	
	401만원이상	120 (28.1)	34 (38.6)	40 (30.5)	46 (22.2)	
		M=3,659,353원				
용돈 (원)		243,665	282,823	282,846	200,913	14.999***
용돈 외 수입 (원)		180,049	211,529	184,307	163,571	2.053
신용카드 보유 수	없음	168 (39.4)	35 (39.8)	42 (32.1)	91 (43.9)	7.439
	1개	122 (28.7)	22 (25.0)	38 (29.0)	62 (30.0)	
	2개 이상	136 (31.9)	31 (35.2)	51 (38.9)	54 (26.1)	
생활수준	하류층	103 (24.2)	18 (20.5)	20 (15.3)	65 (31.4)	28.524***
	중류층	241 (56.6)	42 (47.7)	79 (60.3)	120 (58.0)	
	상류층	82 (19.2)	28 (31.8)	32 (24.4)	22 (10.6)	

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

로 미흡하기 때문에 돈에 대해 인색하고 부정적인 경향을 나타내다가, 연령이 증가하면서 자신이 통제할 수 있는 수입도 증가하고 소비지출과 관련된 경험이 증가하면서, 나름대로의 태도 유형이 형성되는 것으로 보인다.

거주상태에 따라 살펴보면, 부모와 동거하는 학생들은 돈을 성공과 미래 안전의 도구로 여기는 경향이 높은데 반해, 남에게 인정받기 위한 수단이나 감정충족의 수단으로 여기는 경향은 낮았다. 반대로, 부모와 동거하지 않고 하숙이나 자취 등을 하는 학생들은 인정받기 위한 수단이나 감정충족의 수단으로 생각하는 경향이 높았다. 부모와 동거하는 대학생들은 금전관리나 구매행동에 있어 부모의 제재나 조언을 받아 과시소비나 충동구매의 성향이 상대적으로 낮을 것으로 추측된다.

가구주인 부 또는 모의 직업에 따라 돈에 대한 태도 유형이 다르게 나타나지는 않았지만, 부(모)의 교육수준에 따라 유의한 차이를 보여주었다. 즉 가구주인 부(모)가 중졸이하일 때는 대학생 자녀가 돈에 대해 인색하고 금전거래에 불신감을 가지는 경향이 높았고, 부모가 대졸 이상의 학력을 소유한 경우에는 돈을 성공이나 미래 안전을 보장하기 위한 수단, 혹은 남에게 인정받고 감정을 충족하기 위한 수단으로 여기는 것으로 나타났다. 소득수준 역시 유의한 변수로 나타났는데, 소득수준이 401만원 이상인 집단에서 돈을 성공이나 미래 안전의 도구로 생각하는 경향이 높았다. 교육은 대표적인 인적 자본 투자 유형으로서 소득수준과 정의 상관관계를 갖는 바, 교육수준 및 소득수준은 돈에 대한 태도 유형 형성에 비슷한 영향력을 갖는 것으로 보인다.

조사대상인 대학생 소비자가 부모나 가족으로 부터 받는 용돈은 월 평균 24만 3천원 정도였고, 용돈 외 수입인 근로소득, 금전소득 등은 평균 18만원 정도인 것으로 나타났다. 대학생들이 본인 스스로 획득하는 수입 보다 부모나 가족으로 부터 받는 용돈의 액수가 더 많은 것을 알 수 있으며, 돈에 대해 인색하고 불신하는 태도를 가진 집단의 경우, 부모나 가족으로부터 받는 용돈이 유의하게 적음을 알 수 있다. 이는 일반적으로 가용한 경제적 자원이 부족하기 때문에 돈에 대해 인색한 태도를 형성했을 가능성을 설명한다. 조사대상 대학생의 39%정도가 신용카드를 소유하고 있지 않았고, 32%가 2개 이상 가지고 있었으며, 신용카드 보유 개수와 돈에 대한 태도 유형은 유의한 관계를 나타내지 않았다.

대학생 소비자 본인이 인식하는 가계의 생활수준과 그들이 가지고 있는 돈에 대한 태도는 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 자신의 생활수준을 하류층이라고 생각하는 집단은 다른 집단 보다 돈에 대해 인색하고 불신하는 경향이 높았고, 상류층이라고 생각하는 집단은 돈을 미래의 성공이나 안전보장의 도구로 생각하는 경향이 높은 것으로 나타났다. 이는 앞에서 살펴본 바와 같이, 가계소득이 400만원 이상인 고소득계층이 돈을 성공이나 안전의 도구로 생각하는 경향이 높았던 결과나 용돈이 적은 대학생들이 돈에 대해 인색한 태도를 보였던 결과와 상통하는 결과임을 알 수 있다.

3. 돈에 대한 태도 유형에 따른 의복구매행동 차이 검증

소비자들이 의복구매를 위해 행하는 일반적인 의사결정과정의 각 단계에서, 돈에 대한 태도 유형에 따라 그 행동양식이 어떤 차이를 보이는지 살펴본 결과는 〈표 4〉에 제시된 바와 같다.

첫째, 문제인식 단계에서는 구매의 필요성을 느끼고 구매의사결정에 대한 동기가 부여되는 원인에 대해 살펴보았다. 의복구매동기를 네 가지로 나누어 각 문항당 1점(전혀 그렇지 않다)부터 5점(매우 그렇다)까지의 점수를 부여한 후, 그 점수가 조사대상자의 돈에 대한 태도 유형에 따라 차이가 있는지 비교하기 위하여 F 검증을 실시하였다. 돈을 성공이나 미래의 안전을 위한 도구로 생각하는 집단은 친구나 주위 사람들이 입는 의복 수준과 맞추기 위해, 혹은 유행하는 의복일 때 구매동기가 발생하는 경향이 유의하게 높았으며, 돈에 대해 인색하고 불신하는 태도를 가진 집단은 스트레스를 해소하거나 기분전환을 위해 의복을 구매하는 경향이 유의하게 낮은 것으로 나타났다. 돈에 대해 인색하고 불신하

<표 4> 돈에 대한 태도 유형에 따른 의복 구매행동 차이 검증 (N=426)

의복구매 과정		돈에 대한 태도 유형						
		1군집 성공·미래 안전도구 (N=88)		2군집 인정·감정 충족도구 (N=131)		3군집 인색·불신감 (N=207)		
		평균	D	평균	D	평균	D	F-값
1. 문제인식								
구매 동기	스트레스해소와 기분전환	2.77	a	2.78	a	2.21	b	18.030***
	친구·주위사람과 맞추기 위해	2.50	a	2.04	b	1.98	b	11.609***
	유행하는 의복이므로	3.18	a	2.94	b	3.09	b	5.779***
	소유한 의복과의 조화	3.61	a	3.42	ab	3.26	b	4.418*
2. 정보탐색								
정보 원천	판매원의 조언	3.06	a	3.11	a	2.71	b	9.153***
	본인의 구매 경험	3.17	a	2.84	b	2.78	b	6.05**
	유명인·주위사람 의복관찰	3.56	a	3.20	b	3.04	b	7.930***
	본인의 구매 경험	3.93		3.85		3.85		0.363
3. 대안평가								
의복 선택 기준	품질(천, 재봉)	3.66		3.68		3.68		0.017
	디자인, 색상	4.32	a	4.47	a	4.12	b	9.691***
	가격	3.82		3.96		3.87		1.037
	유행성	3.30	a	3.04	b	2.95	b	3.746*
	상표 유명도	3.55	a	3.55	a	2.95	b	41.479***
4. 구매								
구매 시기	마음에 드는 옷을 볼 때	3.64	a	3.39	b	3.11	c	9.669***
	뜻밖의 수입이 생겼을 때	3.31	a	3.08	b	2.88	b	6.742***
	할인기간·세일기간	3.64	a	3.26	b	3.19	b	7.701***
	필요한 경우 아무 때나	3.97	a	3.82	a	3.59	b	6.417**
점포 선택 기준	보유상품의 품질	3.89	a	4.01	a	3.68	b	8.529***
	가격수준	3.74		3.73		3.87		2.391
	점포 이미지	3.59	a	3.63	a	2.97	b	30.126***
	판매원의 서비스	3.22		3.37		3.26		0.917
월평균 의복구매비용 (원)		135,122	a	125,484	a	64,595	b	26.426***
		빈도(%)		빈도(%)		빈도(%)		χ^2
점포 형태	백화점	40 (45.5)		59 (45.1)		43 (20.8)		59.059***
	직매·대리점	28 (31.8)		32 (24.4)		46 (22.2)		
	소매점·보세점	20 (22.7)		40 (30.5)		118 (57.0)		
비용 지불방법	현금	59 (67.1)		81 (61.8)		173 (83.6)		20.285***
	신용카드	29 (32.9)		50 (38.2)		34 (16.4)		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

D: Duncan's Multiple Range Test. 같은 문자로 표기된 집단 간에는 통계적으로 유의한 차이가 없음.

는 태도를 가진 집단의 경우, 돈을 사용하는 것은 그들의 스트레스를 해소하는 방법이 아니라 오히려 불신과 부담감을 가중시키는 수단이 되고 있음을 알 수 있다.

둘째, 정보탐색 단계에서는 정보원천을 조사하는 4개의 문항을 5점 리커트 척도로 조사하였고, 그 점수가 조사대상자의 돈에 대한 태도 유형에 따라 차이가 있는지 비교하기 위하여 F 검증을 실시하였다. 돈을 성공·미래안전도구로 여기는 집단은 방송매체 광고와 유명인·주위 사람의 의복을 관찰하여 구매에 대한 정보를 얻는다고 답한 점수가 다른 집단에 비해 유의하게 높았으며, 돈에 대해 인색하고 불신감을 갖는 집단은 다른 집단에 비해 판매원의 조언을 이용하는 경향이 유의하게 낮았다. 또한, 돈에 대해 인색하고 불신하는 사람들은 판매원이 주는 정보를 신뢰하지 않을 뿐만 아니라 모든 정보원천에서 상대적으로 낮은 점수대를 나타냈다. 정보원천 중 본인의 구매경험은 집단간 유의한 차이를 나타내지는 않았지만, 전반적으로 높은 점수대를 보여줌으로서, 소비자들의 의존도가 높은 정보원임을 확인할 수 있었다.

셋째, 대안평가 단계에서는 대학생 소비자들이 의복을 선택하려고 할 때 고려하는 평가기준에 대해 5가지 변인을 5점 리커트 척도로 조사했으며, 이를 돈에 대한 태도 유형별로 비교하였다. 품질과 가격은 돈에 대한 태도 유형에 따라 유의한 차이를 보이지 않았으며, 돈을 성공과 안전의 도구로 여기는 집단은 다른 집단 보다 유행성을 중요한 평가기준으로 여기는 것으로 나타났다. 그에 반해, 돈에 대해 인색하고 불신하는 집단은 디자인, 색상이나 상표유명도 측면에서 다른 집단 보다 유의하게 낮은 점수를 보여주었다. 돈을 성공이나 안전의 수단, 인정받기 위한 수단이나 감정충족의 수단으로 인식하는 집단들은 디자인, 색상 및 유행성 등 가시적인 효과를 누릴 수 있는 평가기준에 높은 가치를 부여하고 있음을 알 수 있다. 그러나, 디자인과 색상은 세 집단 모두에게 있어 다른 평가기준들에 비해 전반적으로 높은 점수를 기록함으로서, 대학생 소비자들은 품질이나 가격 보다 오히려 디자인이나 색상을 더 고려하는 성향을 가지고 있음을 알 수 있다.

마지막으로, 실질적인 구매를 실행하는 단계에서 돈에 대한 태도에 따라 어떤 차이가 나타나는지 파악하기 위하여, 구매시기, 점포선택기준, 점포형태, 월평균 의복구매비용, 대금지불방법을 살펴보았다. 전반적으로 돈을 성공·미래 안전의 도구로 여기는 집단과 인정받기 위한 수단이나 감정충족의 도구로 여기는 집단은 돈에 대해 인색한 태도를 보이는 집단 보다 높은 점수를 보여주었다. 먼저 구매시기와 관련하여 4가지 문항을 5점 리커트로 조사한 결과, 돈을 성공이나 미래 안전의 도구로 여기는 집단은 모든 문항에서 높은 점수대를 나타냈는데, 특히 마음에 드는 옷을 보았을 때, 뜻밖의 수입이 생겼을 때, 그리고 할인이나 세일을 할 때 구매하는 경향이 타집단들 보다 유의하게 높은 것으로 나타났다. 반면, 돈에 대해 인색하고 불신하는 태도를 가진 집단은 마음에 드는 옷을 보았을 때 구매한다든지, 필요한 경우 아무 때나 구매하는 경향이 다른 집단에 비해 유의하게 낮았다. 이들은 돈을 사용하는데 통제적이고, 돈이 있건 없건 간에 일단은 구매를 하지 않으려는 성향을 가지고 있기 때문에 비계획적인 구매나 충동구매를 하지 않음을 알 수 있다.

점포선택 기준에는 점포가 보유하고 있는 상품의 품질, 가격수준, 점포이미지 및 판매원의 서비스가 포함되었고, 각각에 대해 1점(전혀 고려하지 않는다) 부터 5점(매우 중시한다)까지 점수를 부여했다. 점포를 선택할 때 가격과 서비스를 고려하는 수준은 돈에 대한 태도 유형에 따라 특별한 차이를 보이지 않았으나, 가격은 세 집단 모두에서 전반적으로 높은 점수대를 보여주었다. 돈에 대해 인색하고 불신하는 태도를 가진 집단은 다른 집단들에 비해, 상품의 품질과 상표명을 중시하는 정도가 낮았다. 상표명은 돈을 통해 남에게 인정받고자 하는 성향을 지닌 사람들이나 고가의 상품소비를 통해 차별화된 생활양식을 과시하고자 하는 사람들에게 선호되는 것으로 보인다. 점포유형은 백화점, 직매·대리점 및 소매·보세점으로 분류하여 그 빈도를 조사한 후, 돈에 대한 태도유형에 따른 차이를 비교하기 위하여 χ^2 검증을 실시하였다. 돈에 대해 인색하

고 불신하는 태도를 가진 집단은 타집단에 비해 백화점을 이용하는 빈도가 낮고, 소매점이나 보세점을 이용하는 경향이 높게 나타남으로서, 전반적으로 상품의 가격이 비싼 백화점보다는 저렴하게 의복을 구매할 수 있는 점포형태를 선호함을 알 수 있다.

의복구매를 위해 지출하는 월평균 비용의 경우, 돈을 성공·미래 안전의 도구로 여기는 집단과 인정·감정 충족의 도구로 여기는 집단에서는 비슷한 수준이었으나, 돈에 대해 인색하고 불신하는 집단은 유의하게 낮았다. 돈에 대해 인색하고 불신하는 집단의 의복구매 비용은 다른 두 집단 구매 비용의 절반 수준인 것으로 조사되었는데, 이는 그 집단이 가지고 있는 지출에 대한 심리적 거부감 및 가계소득이나 용돈 등 경제적 자원의 부족이 복합적으로 작용한 결과라고 해석할 수 있다. 지불비용방법 역시 돈에 대한 태도 유형에 따라 유의한 차이를 보여주었는데, 돈에 대해 인색하고 불신하는 집단은 다른 집단에 비해 신용카드 보다 현금을 사용하는 경향이 높음을 알 수 있다. 이 집단에 속하는 소비자들은 신용카드를 사용함으로서 보유하고 있는 돈 이상의 지출을 하는 것을 방지하고, 신용카드 수수료 및 이자에 대한 부담을 지지 않으려는 경향이 있는 것으로 해석된다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 대학생 소비자들이 가지고 있는 돈에 대한 태도 유형을 분류하고, 그들의 사회경제적 특성에 따라 돈에 대한 태도 유형은 어떠한 차이를 나타내는지 조사하였으며, 돈에 대한 태도 유형에 따라 의복구매행동이 의사결정 단계별로 어떤 차이를 보이는지 분석하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 대학생 소비자들의 돈에 대한 태도 유형은 요인분석 결과, 성공과 권력의 상징, 타인으로부터 인정받기 위한 수단, 미래 안전의 도구, 인색함과 불신감 태도, 감정충족의 도구의 총 다섯개 요인으로 분류되었다. 이를 요인점수에 따라 세개의 군집으로 유형화하였으며 각각의 군집은 돈을 성공·미래 안전의 도구로 여기는 군집, 인정·감정충족의 도구로 여기는 군집 및 인색하고 불신하는 태도를 갖는 군집으로 명명하였다.

둘째, 대학생 소비자들의 사회경제적 특성에 따라 돈에 대한 태도 유형을 비교한 결과, 그들의 학년, 거주상태, 부(모)의 교육수준, 가계소득, 대학생 소비자의 용돈 액수 및 대학생 소비자 본인이 인식하는 가계의 생활수준이 유의한 차이를 보여주었다. 가계소득, 용돈, 생활수준 등 직접적인 경제변인 및 부(모)의 교육수준과 같이 소득과 직결되는 변인의 수준이 낮은 경우, 돈에 대한 태도가 인색하고 불신하는 경향을 갖는 것으로 나타났다.

셋째, 돈에 대한 태도 유형에 따라 의복구매행동을 의사결정 단계별로 살펴본 결과, 문제인식 단계에서는 돈을 성공이나 안전의 도구로 생각하는 집단이 유행이나 주위 사람들의 영향으로 구매동기가 발생하는 경향이 높은 것으로 나타났다. 정보탐색 단계에서는 돈에 대해 인색하고 불신하는 사람들이 마케터가 주는 정보를 신뢰하지 않음을 알 수 있었으며, 대안평가 단계에서는 돈을 성공·안전의 수단, 인정받기 위한 수단이나 감정충족의 수단으로 인식하는 집단들이 디자인, 색상 및 유행성 등 가시적인 효과를 누릴 수 있는 평가기준에 높은 가치를 부여하고 있음을 알 수 있었다. 실질적인 구매를 실행하는 단계에서는 전반적으로 돈을 성공·미래 안전의 도구로 여기는 집단과 인정받기 위한 수단이나 감정충족의 도구로 여기는 집단이 돈에 대해 인색한 태도를 보이는 집단 보다 높은 점수를 보여주었다. 돈에 대해 인색하고 불신하는 태도를 가진 집단은 마음에 드는 옷을 보았을 때 계획없이 구매하는 경향이 다른 집단에 비해 유의하게 낮았고, 점포를 선택할 때 상표명을 중시하는 정도가 낮았으며, 백화점보다는 소매점이나 보세점을 선호했고, 의복구매를 위해 지출하는 월 평균 비용도 다른 두 집단에 비해 현저하게 적은 것으로 나타났으며, 신용카드보다는 현금 구매를 하는 경향이 높은 것으로 나타났다.

위와 같은 연구결과를 토대로 본 연구가 제안할

수 있는 논의점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 돈에 대한 태도라는 주관적 변인을 고려하여 소비자의 구매행동을 살펴봄으로서, 비체계적으로 나타나는 구매행동을 설명하고 이를 보다 포괄적으로 이해할 수 있도록 돕는 기초자료가 될 수 있을 것이다.

둘째, 본 연구에서 대학생 소비자들의 사회경제적 특성에 따라 돈에 대한 태도 유형을 비교한 결과는, 각 개인이 처한 사회적·경제적 환경에서 합리적인 구매활동을 수행하고 보다 바람직한 소비생활을 영위할 수 있도록 개별화되고 전문화된 소비자교육 프로그램을 개발하는데 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 특히 돈을 인정이나 감정충족의 도구로 여기는 집단의 경우에는 즉흥적인 소비를 하지 않도록 다양한 정보를 제공하고 교육해야 하며, 돈에 대해 인색하고 불신하는 집단은 이들이 돈과 관련된 문제에 자신감을 가지고 합리적인 소비생활을 영위할 수 있도록 도와야 할 것이다. 이러한 소비자교육 프로그램의 개발과 확산은 학교는 물론 정부기관과 소비자단체 등 다양한 차원의 노력이 합쳐져 활성화되어야 한다.

셋째, 돈에 대한 태도 유형별 의복구매행동의 차이를 의사결정 단계에 따라 분석한 본 연구의 결과는 대학생 소비자들을 주요 타겟으로 하는 기업이 각 집단별로 차별화된 마케팅 전략을 수립하는데 중요한 자료로 활용될 수 있을 것이다.

돈을 많이 벌고 자산을 많이 보유하는 것을 성공이나 미래안전의 도구로 보는 집단은 전반적으로 사회경제적 수준이 높고 월 평균 의복구매 비용도 높으며, 세일기간을 자주 이용하는 등 가장 활발한 의복구매활동을 하는 것으로 나타났다. 즉, 기업의 입장에서 보면 마케팅의 주요 타겟이며 우수고객인 것이다. 또한 이들은 유행에 민감하고 특히 방송매체 광고와 유명인·주위사람의 의복에 많은 관심을 보이는 특성을 나타냈다. 그러므로 기업은 경제력 있는 우수고객 집단을 유치하고 관리하기 위해 다양하고 신속한 패션정보를 제공하고, 그들의 기호에 맞는 맞춤형 상품 개발에 노력을 기울여야 할 것이다.

돈을 인정받기 위한 수단이나 감정충족의 도구로 여기는 집단이 의복구매행동에서 보여준 특성은 돈을 성공이나 미래안전의 도구로 여기는 집단과 크게 다르지 않았으나, 이들은 광고매체 보다는 판매원의 조언에 귀를 기울이고, 의복의 디자인이나 색상을 중시하는 경향을 나타냈다. 그러므로 이 집단을 위해서는 디자인과 색상 등에 대한 풍부한 정보를 소유한 판매원을 양성하는 것이 고객유치를 위한 전략이 될 것이다.

반면, 돈에 대해 인색하고 불신하는 집단은 생활수준이 낮고, 월평균 의복구매 비용이 타 집단에 비해 현저하게 적을 뿐 아니라, 디자인, 유행성, 상표유명도 등에 관심이 적고, 의복구매행동 전반에서 매우 소극적인 경향을 나타냈다. 또한 이들은 마케터원천의 정보를 잘 믿지 않는 경향이 있었다. 기업이 이러한 집단을 고객으로 끌어들이기 위해서는 이들 집단을 위해 범용성 있는 아이템 개발과 중저가대의 합리적인 가격 정책을 실시해야 할 것이다.

넷째, 본 연구는 개인 소비자들에게 본인이 돈에 대해 어떤 태도를 가지고 있으며, 구매행동을 할 때 의사결정 단계별로 어떠한 성향을 보이는지 스스로 파악하는 기회를 제공함으로서, 비합리적인 구매행동을 수정하고 바람직한 소비패턴을 형성할 수 있도록 돕는 역할을 할 수 있을 것이다.

본 연구는 대학생 소비자들을 대상으로 돈에 대한 태도유형을 분류하고, 그에 따라 의복구매행동을 살펴보았는데, 돈에 대한 태도 이외에도 소비자의 구매행동에 영향을 미치는 주관적 변인에 대한 연구가 요구되며, 돈에 대한 태도를 포함하여 주관적 변인들을 좀 더 객관적으로 측정할 수 있는 척도개발에 대한 활발한 후속연구가 필요하리라 사료된다.

■ 참고문헌

김경순(1988). 대학생의 의복구매 행동에 관한 조사연구. 건국대 교육대학원 석사학위논문.

김동기, 이용학, 이성호 (1995). 신소비자 행동. 박영사.

김민희(1998). 물질주의 성향에 따른 의복구매행동에 관한 연구: 중산층 여성을 중심으로. 이화

여자대학교 대학원 석사학위논문.
김영신, 강이주, 이희숙, 허경옥, 정순희(2000). 소비자의사결정. 교문사.
김은정(1998). 유행의견 선도력과 의복구매행동과의 상관연구: 서울시내 전문대·4년제 여대생의 성취동기, 희망진로를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
김정훈(1998). 성격유형에 따른 재정 관련 태도 및 행동에 대한 이해. 소비자학연구, 9(2), 112-134.
김정희(1988). 유행선도력에 따른 의복구매의사결정과정에 관한 연구. 이화여자대학교대학원 석사학위논문.
김정훈, 이은희(2002). 돈에 대한 태도와 가치관 유형에 따른 전라북도 대학생들의 소비가치, 물질주의 태도, 구매행동. 한국가정관리학회지, 20(6), 121-128.
류은정(1991). 의복 관여도에 따른 의복 구매행동에 관한 연구: 서울시내 여대생을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
박정민(1997). 남녀대학생의 의복선택습관에 관한 연구: 가치관을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
박정연(1989). 남자 대학생의 의복구매행동에 관한 연구. 한양대 대학원 석사학위논문.
백은영(1997). 돈에 대한 태도 유형별 가계의 저축 및 지출행동연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
서정희, 염수경(1998). 대학생의 경제적 불안유형과 소비지출. 울산대학교 자연과학 논문집, 8, 1-12.
손상희(1993). 가계소비패턴의 구조. 소비자학 연구, 4(2), 51-73.
송미화(1995). 중학생의 소비행동 유형과 환경보존 행동: 돈에 대한 태도의 영향, 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
송용섭(1987). 소비자행동: 마케팅에의 적용. 법문사.
이수정(1994). 의생활양식에 따른 의복구매행동에 관한 연구: 서울시내 남녀대학생을 중심으로. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
이순희(2000). 청소년의 돈에 대한 건전한 가치관 형성을 위한 프로그램 개발연구. 창원대학교 교육대학원 석사학위논문.
이연희(1996). 유행 선도력과 의복 및 신체만족도와의 상관연구: 이화여대생을 중심으로, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
이주은(1990). 의복구매동기에 따른 점포이미지 선호도에 관한 연구: 중상층 중년여성을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
이주현(1998). 제품유형과 가격의 틀 그리고 가격변화유형이 소비자의사결정에 미치는 영향. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
이태희(1990). 고등학생들의 돈에 대한 의미 판단차원. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
이혜주(1987). 라이프 스타일에 따른 의복시장 세분화에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
임경복(1991). 라이프 스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구: 여대생의 시간소비 유형을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
윤미라(2000). 남성소비자의 의복쇼핑성향과 선호점포이미지에 관한 연구: 서울 거주 20~30대 남성을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
장혜원(1995). 사회계층에 따른 의복행동에 관한 연구: 서울시내 40-50대 주부의 외출복을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
정혜영(1983). 의복구매행위에 관한 실태분석: 서울시내 여대생을 중심으로. 한국의류학회지, 7(1), 76-89.
채정숙(1992). 제품관여수준에 따른 소비자 구매유형분석을 위한 기초 연구: 대학생 소비자 중심으로. 대한가정학회지 88(3), 92-114
홍병숙(1986). 기혼여성의 의복구매의사결정과정에 대한 실증적 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
허현미(1991). 스포츠·레저용품 소비자의 구매행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
Garman, E. T. & Forgue, R.E. (1997). *Personal finance.*

Boston: Houghton Mifftin Company.

Goldberg, H. & Lewis, R.T. (1978). *Money madness: The many sides of coin*. NewYork: William Morrow and Company Inc.

Hallowell, E.M. & Grace, W.J. (1991). *Money and mind: Money style*. New York: Plenum Press.

Prince, M (1993). Self-concept, money beliefs and value. *Journal of Economic Psychology, 14*, 161-173.

Stanton, W. J. (1981). *Fundamentals of marketing* (7th ed.), McGraw-Hill.

Wilhelm, M.S., Varcoe, K., & Fridrich, A.H. (1993). Financial satisfaction and assessment of financial progress: Importance of money attitudes. *Financial Counseling and Planning, 4*, 181-198.

Yamauchi, K.T., & Templer, D.I. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of Personality Assessment, 46(5)*, 522-528.

(2003년 1월 31일 접수, 2003년 4월 28일 채택)