

대학생의 라이프스타일 유형에 따른 신용카드 사용과 의복구매

나영주¹⁾ · 이은희²⁾ · 장경자³⁾

- 1) 인하대학교 의류디자인학과
- 2) 인하대학교 소비자 행동학과
- 3) 인하대학교 식품영양학과

Credit-Card Use and Clothing Purchasing according to Lifestyles of College Students

Young-Joo Na¹⁾, Eun-Hee Lee²⁾ and Kyung-Ja Chang³⁾

- 1) Dept. of Clothing & Textiles, Inha University, Incheon, Korea
- 2) Dept. of Consumer Economics, Inha University, Incheon, Korea
- 3) Dept. of Food Science, Inha University, Incheon, Korea

Abstracts : This study aimed to classify the lifestyles of 1020 college students, and to analyze the effect of the lifestyles on the usages of credit card, price perception, purchasing satisfaction and the number of new clothing. The number of credit cards, total payment of credit cards and the attitude to credit card were different by the 7 clusters of college students, but the frequency of credit card use, the amount of cash service and arrearages were not different. The perception to the apparel price, purchasing satisfaction, and the degree of clothing purchasing varied according to the lifestyle clusters. For example, 6th cluster being highest in the pursuit of appearance showed the highest amount of credit cards usage significantly and tendency of highest arrearage, and used credit cards mostly in clothing purchase.

Key words : lifestyles of college students, credit card use, purchasing satisfaction, price perception

1. 서 론

오늘날 사람들의 의식구조나 행동양식이 급격하게 변화되고 행동패턴이 다양화, 개성화되어 가면서 인구통계적 요소들이 안고 있는 단조로운 분석의 한계를 극복하고 사람들의 내재된 욕구나 가치체계에 대해 심층적인 이해를 가능케 하여주는 라이프스타일 의 중요성이 높아지고 있다. 개인의 라이프스타일은 가치관이나 활동영역, 관심분야, 태도 등에 의해 구체화된 생활양식을 의미하므로 시대적 상황이나 집단의 특성에 따라 다르게 나타나고 기성세대와 젊은 세대의 라이프스타일도 다르게 나타난다. 소비자의 라이프스타일은 소비자들이 처해있는 생활 환경에 대응하여 형성되는데 이러한 라이프스타일은 소비 및 구매선택행동에 영향을 미쳐 그들이 선택하는 소비품목의 유형에 특징적인 양식을 갖게 한다.

초기의 신용카드 사용자의 특성을 살펴보면 소득, 지위, 교육수준이 높고 활동적이며 사회, 경제적으로 상층의 라이프스타일을 가진 전형적인 성공적 인간상이었다. 또한 그들은 바쁘

고 짧은 비즈니스맨으로 개성과 성취의 자아이미지를 가지고 있으며, 고도로 훈련되었고 영향력있는 결정을 내릴 위치에 있었다. 자신의 외모에 관심이 많으며 직무와 어울리는 모습을 유지하려고 노력하므로 유행에 민감하였다(박근주, 1990). 그러나 오늘날에는 일정한 소득이 없는 대학생 층에 있어서도 카드소지가 일반화되었고 신용카드 사용이 일반적인 지불방법으로 정착하였음에도 불구하고 이들의 라이프스타일과 신용카드 사용에 대한 연구는 전무한 형편이다.

따라서, 본 연구에서는 대학생들을 단일집단으로 취급하고 평균치만으로 획일적으로 이해하기보다는 보다 이질적인 세분화된 복수의 집단으로 취급함으로써 다양한 대학생들의 모습을 그대로 확인하고자 하였다. 따라서 이들을 생활양식으로 유형화한 뒤 각 유형에 따른 대학생들의 신용카드 사용 실태와 신용카드 사용에 대한 태도, 의복구매정도, 구매만족도 등을 살펴보고자 하였다. 또한 가격에 대한 인지에 따라 신용카드 사용이 영향을 받을 것으로 예상되므로 가격인지와 신용카드 사용태도의 상관성을 조사해 보고자 하였다. 구체적으로는 신용카드 사용실태, 신용카드에 대한 태도, 연체 등을 조사해봄으로써 각 대학생 유형에 따른 신용카드 사용에 관한 전반적인 내용을 파악하고자 하였다. 본 연구는 대학생들을 타겟으로 하는 기업 및

Corresponding author: Young-Joo Na
Tel. +82-32-860-8136, Fax. +82-32-865-8130
E-mail: youngjoo@inha.ac.kr

고등교육기관에서 대학생의 이해도 증진용으로 참고하기 위한 자료를 구축하는 의의를 지니며, 건전한 대학생 소비문화를 형성하는데 일조할 수 있을 것으로 생각된다.

2. 이론적 배경

2.1. 라이프 스타일 연구

여대생들의 라이프스타일과 의복구매습관의 관계를 알아본 임경복·이인자(1993)의 연구에서는 유행추구집단, 가정지향성 집단, 외부지향성 집단, 보수적-알뜰 집단, 소극침체형 집단으로 라이프스타일 유형이 분류되었다. 20대 여성들을 조사한 박정근(1996)의 연구에서는 사회참여 집단, 적극적 실용추구 집단, 소극적 전통추구 집단, 적극적 유행추구 집단으로 분류되었다. 대구·경북지역의 여대생을 조사한 채정숙(2001)의 연구에서는 진보적 패션추구형, 현실순응적 생활만족형, 전통적 알뜰성실형, 소극적 생활무관심형으로 분류하고 이에 따른 화장품 구매와 사용행동 분석하였다. 진보적 패션추구형은 23.2%를 차지하며 패션 및 미적 감각추구의 생활 지향, 미용중시 식생활 및 여가생활 지향, 문화 오락과 취미활동 중시의 특징이 있다. 현실순응적 생활 만족형은 22.9%를 차지하며 만족형의 성격기질이 높고 주변의식적 구매성향이 높으며 전통성 윤리를 고수하는 가치관이 가장 낮았다. 전통적 알뜰 성실형은 29.6%를 차지하며 간편 실용적인 의생활 지향하며 합리적 구매성향이 상대적으로 높은 편이고 외제 고가품 구매성향과 주변의식적 구매성향, 품질 의식적 구매성향이 가장 낮았다. 소극적 생활 무관심형은 24.3%를 차지하는데 성격이 소극적이고 거의 모든 요인이 고루 낮은 유형이었다.

백화점 카드 이용자의 패션라이프스타일은 크게 3부류로 나뉘었는데 패션에 대해 늘 관심이 있고 빨리 수용하며 패션을 선호하는 개성추구형(28%), 유행에 다소 둔감하나 편한 캐주얼을 선호하고 검소하며 세일을 이용하는 실용주의형(48%), 브랜드 지향, 유행추구, 품질 중시가 가장 높은 자기과시형(24%)로 나타났다(유은정·구양숙, 2002)

주부들의 라이프스타일과 의복구매행동과의 관계를 연구한 이부련(1998)의 연구에서는 소비지향, 경제지향, 성취지향, 보수지향, 가족지향으로 분류되었으며, 또한 도시주부들을 조사한 김미경(1986)의 연구에서는 소극침체형, 건전한전형, 소극개인주의형, 보수적 전통주의형, 개방적 유행추구형, 소극안정형, 건전절약형으로 분류되었다. 주부를 대상으로 조사한 박광희 외(2002)의 연구에서는 쇼핑지향, 가족지향, 성취지향, 가치지향, 보수지향, 알뜰구매지향으로 분류되었다. 전국을 대상으로 한 조형오(1996)의 연구에서는 서구지향적 자아추구형, 현실부정적 자아억제형, 미래지향적 갈등형, 전통지향적 현실순응형, 감각지향적 자유분방형, 보수적 현실향유형으로 분류되었다.

이와같이 라이프스타일 유형에 따라 전반적인 소비자 행동이나 특정제품 및 서비스 구매행동, 매체이용패턴, 디자인선호 등 다양한 행태적 차이를 규명하여 왔다. 그러나 신용카드 사

용이나 소비자의 구매행동에 영향을 미치는 가격지각 과의 영향을 연구한 것은 전무한 형편이다.

2.2. 신용카드 사용

신용카드는 1969년 최초로 도입하여 지금은 발급건수가 4천만 장을 넘어서고 있으며 이제 신용카드는 일종의 신분증명서로 점차 필수품화 됨으로써 대중화된 카드문화시대를 맞이하고 있다. 우리나라 국민들의 신용카드 소유율은 99년 67.1%이었으며, 최근 대학생의 신용카드 소비비율은 31.0%에 달한다(김정훈, 2002) 대학생들의 평균 채무액은 522,000원이며, 100만원이상의 채무를 갖고 있는 대학생들도 10.0%에 달하였다(송순영, 1998). 국내 신용불량자는 2001년초 200만명이었으며 이는 점차 증가하여 2002년 말 263만6천명으로 보도된다(조선일보, 2004).

흔히 플라스틱 머니(plastic money)라고 불리는 신용카드는 카드로 물품이나 서비스를 제공받을 수 있기 때문에 현금과 수표에 이어 제3의 화폐라고 일컬어진다. 신용카드는 현금에 비해 소지나 사용이 간편하고, 소비자에게 신용을 제공하여 당장 현금이 없더라도 구매할 수 있는 능력을 증가시켜준다. 그러나 신용카드는 과다한 사용으로 인한 경제적 파탄, 신용카드나 매출전표·영수증 등의 불성실한 관리로 큰 문제를 초래할 수 있다. 모든 거래의 80% 이상이 신용카드에 의해 이루어질 정도로 신용카드가 정착된 미국에서도 신용카드에 의한 과소비가 심각한 사회경제적 문제로 대두되고 있다. 대학생 같은 젊은 무소득자도 카드를 발급받아, 21세가 되면 7명중 1명 꼴로 7,000달러의 빚쟁이가 되고, 개인 파산도 25세 이하에서 가장 빠른 비율로 증가하고 있다. 또한 미네소타 대학은 최근 카드 빚이 우울증, 음주흡연, 낙제 등과 관련 있다며 교내 카드 사용을 금지하기도 했다(한국일보, 2004). Hayhoe(1999)는 대학생의 신용과 돈에 대한 태도를 연구하였으며 신용카드 수에 따라서 신용에 대한 긍정적인 태도를 갖고 있었다. 학생들의 신용카드 수, 성별, 나이, 학년, 종교, 채무량 등은 빚에 대한 태도와 관련이 있었는데(Davies·Lea, 1995) 그 결과 남성이, 학년이 높을수록, 채무량이 많을 클수록 빚에 대해 허용적인 태도를 갖고 있었다. 빚이 있는 학생들은 없는 학생들보다 금전관리를 잘못하고 있고, 자신의 금전관리 능력에 대한 평가가 낮았으며 선물에 많은 지출을 하고 있었다.

소비자보호원에서 신용카드사용 관련으로 접수된 건수는 2002년 8565건으로서 전체의 5.4%에 달하였으나 2003년에는 8808건으로 5.5%로 증가하여 1위를 차지하고 있다(한국소비자보호원, 2003). 이에 대학생을 위한 소비자 실무교육, 합리적인 신용카드이용 등의 교육 프로그램을 실시하고 있으나 이와 관련된 심도있는 연구는 미흡한 실정이다.

신용카드 사용 동기가 사회계층에 따라 다른 것으로 나타났는데, 낮은 수입과 낮은 사회경제적 지위의 신용카드 사용자는 대금 지불을 연체하고자 사용하는 반면에 고수입과 상류계층의 신용카드 소지자들은 편리한 교환매체로서 신용카드사용의 편리성 사용자들이었다. 또한 소득이 높을수록 신용카드 사용빈

도가 높고 카드 이용에 대해서도 호의적인 반응을 보였다. 즉 인구통계적 특성들이 신용카드 가입과 사용에 영향을 미친다고 하였는데, 나이, 소득수준, 사회경제적 지위, 성별, 교육수준 등에 따라 신용카드의 사용빈도 및 사용금액이 통계적으로 유의한 차이가 있다는 결과가 나왔다. 그밖에, 성격, 주거형태와 주거지역, 다른 카드 사용여부, 주거기간 등이 영향을 미친다고 보도하고 있다(박근주, 1990).

2.3. 가격 인지

제품의 가격지각에 대한 연구는 주로 의복을 대상으로 하고 있는데 이는 의복은 객관적 품질평가가 어렵기 때문에 가격-품질 연상이 잘 나타나며, 여러 평가 기준이 작용하기 때문에 단서의 상호작용 효과에 대한 연구가 유의하기 때문이다. 의복 가격지각을 경제학, 심리학, 마케팅의 다양한 관점을 포괄하는 의류학적 관점에 따라 나눌 때는 저가지향, 효용가치지향, 가격-품질지향, 가격-품질연상, 할인지향, 가격선도 등의 6가지로 나누고 있다(이규혜 · 이은영, 2002).

진병호(1998)는 가격지각을 크게 6가지로 즉, 세일지향, 가격전문성, 가치의식, 가격의식, 가격-품질도식, 위신민감성 등으로 분류하였다. 가격 의식이 높은 소비자는 세일을 선호하는 반면에, 가격-품질 도식과 상표충성이 높은 소비자는 세일지향 정도가 낮다. 90년대 이후 소비자는 가격에 민감하며 동시에 품질도 중요시하게 되어 가치 의식이 따로 분류되었으며, 이러한 지각된 가치는 구매의도에 중요한 영향을 미친다. 구매빈도가 높은 사람은 가격에 민감하며, 자주 구매하지 않는 사람은 디스플레이와 제품의 특성에 민감하다. 가격이 비싸면 품질이 좋다고 지각하는 소비자들은 좋은 제품을 구입하기 위해 더 많이 지불할 용의가 있을 것이다. 또한 비싼 제품은 타인에게 위신을 전달한다고 믿을 때 소비자는 더 비싼 가격을 지불할 것이며 이때 높은 가격은 구매결정에 긍정적인 역할을 한다. 또한 소비자의 인구통계적 특성에 따라서 각 의복 가격차원 지각이 다른 것으로 나타났다. 즉, 응답자의 성별에 따라 세일지향과 가치의식정도가 달랐다. 또한 용돈수준은 모든 지각에 영향을 미쳐 용돈수준이 높을수록, 세일지향, 가치 및 가격의식지각이 낮았으며 가격-품질도식, 위신민감성, 가격전문성은 높게 지각하는 것으로 나타났다. 이와 같이 가격을 인지하는 차원에서 다양성이 발생할 때 의류제품의 구매, 신용카드사용 등의 차이가 발생할 것으로 예측된다.

2.4. 구매만족도

의복구매만족은 의복을 구매하는 과정에서 소비자들이 인지하게 되는 여러 가지 요인에 대한 만족 정도이다(최태용 외, 2002). 이는 구매시의 기대와 구매한 후의 성과에 대한 평가를 비교한 후에 느끼는 감정인 '의복 만족'과 달리 구분되어 사용된다. 의복구매만족은 다양성, 쇼핑의 편리성, 품격, 상표 및 취향, 선택의 편리성으로 분류되며 소비자의 쇼핑성향에 따라 구매만족은 다르게 나타났다. 즉, 의복구매시 브랜드 지향/실용추

구집단과 즐거움 추구집단은 자신감 추구집단보다 제품의 질, 서비스에 대해 더 많이 만족하였으며 즐거움 추구집단이 의복의 다양성, 쇼핑의 편리성, 상표 및 취향, 선택의 편리성에서 가장 만족도가 높았다. 인구통계적 특성에 따른 의복구매만족은 의미있는 차이가 보이지 않았는데 이는 소비자의 구매심리가 연령과는 무관하였는데 이는 연령보다는 선호하는 컨셉에 따라 구매를 하는 소비자가 많아짐 때문으로서 전 연령층의 만족도 평균화 현상이라 할 수 있다. 그러나 소비자의 라이프스타일에 따라서는 의복 구매만족은 유의한 차이가 보일 것으로 예상되었다.

지혜경(1994)은 의류제품 구매에 있어서 판매원 요인, 품질요인, 치수요인, 정보요인, 구매결정요인, 제품다양성 요인, 쇼핑환경요인, 세일요인, 등의 차원으로 만족 불만족을 연구하였다. 또한 만족은 가격, 세일여부, 쇼핑시간, 구매경험과 관련이 있으며, 만족하는 소비자는 고가격을 지불하였으며, 세일때 구매하였고 충분한 쇼핑시간 및 구매경험이 많았다(홍금희, 1992). 따라서 신용카드 사용과 구매 만족도는 상호 작용을 할 것으로 예상되므로 이의 연관성을 고찰해 보고자 한다.

3. 연구방법

본 연구에서는 신용카드사용과 관련해서 구매실태에 관해 고찰해보고자 하며 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

1. 남녀 대학생의 라이프스타일 유형은 어떠하며 이에 따라 신용카드 사용이 다른가?

2. 라이프스타일 유형에 따라 의복구매실태와 가격인지는 다른가?

3. 남녀대학생의 가격인지가 다르면 신용카드 사용이 다른가?

전국 남녀 대학생 1100명을 조사대상으로 하였다. 조사방법은 전국 6대 도시(서울, 인천, 대전, 대구, 부산, 광주)에 소재한 대학생들에게 질문지를 배포하고 응답하게 하였다. 조사 시기는 2003년 1월에 시행하였다. 총 1020명중 응답률은 92.7%에 달하였다.

① 라이프스타일: 위의 라이프스타일 분류의 선행연구를 토대로 본 연구의 조사대상인 대학생들의 생활이나 가치관에 맞게 선택하여 조사도구를 구성하였다. 김민정·박진석(1997), 조형오(1996), 한경미·나영주(2003) 등의 선행연구에서 사용된 척도를 수정·보완하여 유행추구, 편의추구, 외모지향, 자기성취, 모험과 활동, 여가, 가족지향, 전통지향, 실용추구, 공동체지향 등을 포함하도록 하였으며 5 Likert 척도로 총 35문항을 사용하였다.

② 신용카드 사용: 신용카드 사용은 박근주(1990), 이기춘·박근주(1997)의 연구를 토대로 보유 신용카드수, 월평균 신용카드 사용액, 신용카드로 구매하는 상품의 내용과 액수, 신용카드에 대한 태도로서 신용카드 사용시의 계획성·충동구매·과잉구매 등을 5 Likert 척도로 측정하였고, 연체 여부·횡수·금액 등을 측정하였다.

③ 가격인지: 이규혜·이은영(2002) 선행연구를 바탕으로 의복 가격지각에 대하여 5 Likert 척도로 총 20 문항으로 구성하였다.

④ 의복구매만족도: 최태용 외(2002), 황진숙·나영주(1999) 등에서 사용된 척도를 수정 보완하여, '타인에게 선물'을 포함한 1년간 복종별 의복구매량(착), 월피복비(3만원간격으로 총 12등급) 등을 측정하였다. 그 외 부모의 교육정도, 주거형태, 가족의 경제수준(3등급), 총수입(5등급), 용돈 등을 포함하였다. SPSS 10.0 program을 이용하여 요인분석, 군집분석, t-test, ANOVA, χ^2 검정 및 교차분석, Pearson's Correlation 등을 사용하였다.

4. 연구결과

4.1. 조사대상의 인구 통계적 특성

본 연구의 설문에는 총 1020명 응답자의 특성은 다음과 같았다. 남학생은 395명(38.7%), 여학생은 625명(61.3%) 였다.

평균 연령은 22.4세로서 '20세이하'가 235명(23.9%), '21~23세'가 475명(48.2%), '24세이상'이 275명(27.9%)이었다. 아버지학력은 '중졸이하'가 179명(18.1%), '고졸'이 460명(46.6%), '대졸이상'이 349명(35.3%)였으며, 현재 주거형태는 '자택' 670명(67.8%), '기숙사' 67명(6.8%), '자취 및 하숙' 219명(22.2%), '기타'가 32명(3.2%)였다. 경제수준은 '상' 125명(12.7%), '중' 775명(78.4%), '하'가 88명(8.9%)이었다. 가족월수입은 '200만원이하'가 288명(29.1%), '200~300만원이하'가 418명(42.3%), '300만원이상'이 282명(28.5%) 였다.

4.2. 라이프스타일 군집유형

라이프스타일 항목들에 대한 주성분 분석, varimax 회전 요인분석을 실시한 결과는 Table 1과 같다. 제 1요인은 '외모지

Table 1. 라이프스타일 요인분석 결과

요인/문항	요인부하량	고유값	누적분산(%)	신뢰도
작년에 입던 옷이 있더라도 올해 최신유행하는 옷을 꼭 산다	.745			
나는 유행상표 옷을 남보다 먼저 사 입는다	.694			
나는 외모를 가꾸기 위해 시간을 많이 투자하는 편이다	.627			
나는 새로운 모습으로 연출하기 위해 스타일을 자주 바꾸는 편이다	.610			
나는 내가 좋아하는 유명연예인이나 운동선수들의 패션스타일에 관심이 많다	.600	4.87	14.31	.68
나는 최신 유행 옷보다는 평범한 옷을 입고 싶다(-)	.557			
나는 핸드폰을 쓰다가 신형이 나오면 다른 사람보다 먼저 산다	.538			
나는 외모에 자신감을 갖기 위해 성형수술을 하고 싶다	.419			
음악회, 연극, 영화 등을 남보다 자주 관람하는 편이다.	.340			
나는 마음먹은 일은 끝내고야 마는 성격이다	.743			
나는 매순간 최선을 다해 살고 있다	.715			
시간을 절약하는 일이 나에게서는 매우 중요하다	.601	3.07	23.36	.64
나는 자신의 발전을 위해 투자를 많이 하는 편이다	.586			
나는 미용이나 건강을 위해 운동을 규칙적으로 한다.	.393			
나는 혼자 있기 보다는 여러 사람과 어울리기를 더 좋아한다	.774			
친구 또는 동창회의 모임에는 가능한 한 빠지지 않고 참석하는 편이다	.651			
공동체 구성원들과의 인간관계를 통해 정을 느끼고 싶다	.616	2.05	29.38	.60
경쟁하기보다는 협력해서 일을 한다	.498			
나는 오락, 취미활동에 적극적이다	.490			
남들이 하지 않는 색다른 모험을 즐기고 싶다	.718			
자유롭게 여행을 즐기는 편이다	.668	1.86	34.85	.58
나는 매사에 관심이 많으며 남보다 먼저 새로운 일을 시도해 보고자한다	.590			
나는 새로운 것을 추구하기 보다는 전통적인 방식을 따르는 편이다	.734			
여성은 오직 가정을 돌보며 생활하는 것이 최선이라고 생각한다	.692	1.63	39.63	.56
집안의 중요한 일은 가정이 결정해야 한다고 생각한다	.579			
나는 무슨 일이든 내방식대로 하는 편이다	.717			
나는 근검절약하기보다는 형편이 허락하는 대로 쓰는 것을 좋아한다	.516	1.28	43.30	.49
나는 여러 방법으로 가격을 비교한 후 구매하는 편이다	.653			
나는 생활에 편리한 용품을 갖추려고 노력한다	.651	1.06	46.51	.45
나는 일과 후 가족과 함께 시간을 보내려고 노력한다	.630			
가족과 관련된 일은 만사를 제쳐놓고 처리하는 편이다	.624	1.02	49.52	.42
같은 취미, 기호를 가진 사람들과 공동주거에 주거하고 싶다(-)	.498			
나는 편리한 인스턴트식품을 자주 구입하는 편이다(-)	.639			
나는 적당한 몸매를 유지하기 위해 다이어트에 관심이 많다	.566	1.00	52.48	.40

항’, 2요인은 ‘적극생활’, 3요인은 ‘공동체와 정’, 4요인은 ‘모험’, 5요인은 ‘전통사고/가치’, 6요인은 ‘소비/개인적’, 7요인은 ‘합리경제논리’, 8요인은 ‘가족’, 9요인은 ‘식다이어트건강관심’으로 명명하였다. 이와같이 현재 대학생의 라이프스타일 단면을 살펴 볼 수 있었다.

위의 요인점수를 사용하여 군집분석을 실시하였으며, 군집의 수를 8개 혹은 9개로 하면 종속변수의 구별력이 없어지고 군집의 수를 10개로 하면 개체수가 2개로 상당히 낮아졌으므로 적정 군집수를 7개로 결정하였다.

제 1유형은 ‘적극생활, 공동체, 소비/개인적’인 것이 낮으나 외모지향이 높은 편이므로 ‘소극적 절약 외모지향형’이라고 명명하였다. 제 2유형은 ‘외모지향, 소비/개인적’인 것이 낮고 ‘공동체’가 높으므로 ‘비소비 대인관계추구형’이라고 명명하였다. 제 3유형은 ‘전통가치와 소비/개인적’이 높으므로 ‘전통지

향 현실향유’라고 명명하였다. 제 4유형은 ‘적극생활과 식다이어트건강’이 높고 ‘공동체’가 낮으므로 ‘적극적 건강추구형’이라고 명명하였다. 제 5유형은 ‘합리경제논리’가 높고 ‘외모지향과 가족’이 낮으므로 ‘실용적 내부지향형’이라고 명명하였다. 제 6유형은 ‘외모지향과 공동체지향’이 높고 ‘전통가치’가 낮으므로 ‘개방적 유행추구형’이라고 하였다. 제 7유형은 ‘적극생활과 가족’이 높고, ‘모험과 식다이어트건강’이 낮으므로 ‘성취적 가족추구형’이라고 명명하였다. 이는 임경복·임숙자(1993)의 5군집의 결과와 유사하나 ‘전통지향 현실향유형’과 ‘적극적 건강추구형’의 2 집단이 추가된 것으로도 볼 수 있겠다.

4.3. 대학생의 의류제품 구매 만족도

의류제품 구매시 만족도는 주성분 분석 요인분석으로 varimax 회전 결과 5개의 요인으로 추출되었다. 품질, 제품, 다

Table 2. 라이프스타일 군집분석 결과(1001명)

	1군집:소극적절약 외모지향형 (173명)	2군집:비소비대인 관계추구형 (135명)	3군집:전통적 현실 향유형 (122명)	4군집:적극적건강 추구형 (159명)	5군집:실용적내부 지향형 (127명)	6군집:개방적 유행 추구형 (166명)	7군집:성취적가족 추구형 (119명)
제1요인	.988	-.734			-.677	1.139	
제2요인	-.637			.657			.636
제3요인	-.526	.524		-.547		.640	
제4요인							-.506
제5요인			1.467			-.565	
제6요인	-.884		.595				
제7요인		-1.146			.857		
제8요인					-.843		.823
제9요인				1.059			-.858

Table 3. 의류제품구매시의 구매만족도 요인분석 결과

요인/문항	요인부하량	고유값	누적적재값 %	신뢰도
나의 마음에 드는 디자인이 많다	.745			
옷의 스타일이 고급스러워 보인다	.582			
옷의 품질이 우수하다	.557	6.70	24.83	.72
매장내 옷의 색상과 무늬가 다양하다	.497			
부자재의 질이 우수하다	.496			
구경이 편리하게 되어있다	.637			
매장내부의 진열이 한눈에 들어온다	.567			
드레스룸과 의류취급이 편리하게 되어있다	.480	1.62	30.82	.68
휴식공간이 있어 편리하다	.472			
매장의 교통이나 주차시설이 편리하다	.434			
판매원의 서비스가 친절하다	.657			
판매원이 상품에 대한 지식이 많다	.601	1.49	36.36	.59
나와 취향이 비슷해 보이는 판매원에게 믿음이 간다	.574			
상점의 결제방법이 우수하다	.647			
브랜드의 고객카드가 있어 편리하다	.575	1.28	41.11	.51
매장이 넓고 붐비지 않다	.450			
좋아하는 상표의 옷을 입으면 기분이 좋아진다.	.766			
옷을 사는 것 자체가 내게 즐거움을 준다	.588	1.12	45.27	.48
내가 좋아하는 광고가 신선한 인상을 준다.	.478			

Table 4. 라이프스타일 유형에 따른 의복구매 만족도

	1군집:소극적절약외모지향형 (173명)	2군집:비소비대인관계추구형 (135명)	3군집:전통적실향유형 (122명)	4군집:적극적건강추구형 (159명)	5군집:실용적내부지향형 (127명)	6군집:개방적유행추구형 (166명)	7군집:성취적가족추구형 (119명)
의복구매							
제품만족도**	.029	-.127	.113	-.010	-.164	.295	-.072
만족도							
물리환경만족도**	-.018	-.256	.258	.073	-.228	.206	-.022
판매사원만족도	-.114	.159	.046	-.047	.109	-.152	-.096
영업환경만족도*	-.126	-.071	-.048	.064	.159	-.101	.197
즐거움만족도***	.192	-.516	-.037	-.194	.088	.507	-.197

* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

양성 등에 대한 ‘제품만족도’, 매장진열, 교통환경 등에 대한 ‘물리환경만족도’, 판매원의 지식, 서비스 등에 대한 ‘판매사원만족도’, 결제방법, 고객카드 등에 대한 ‘업무환경만족도’, 오감자극, 즐거움추구 등에 대한 ‘즐거움만족도’ 등으로 명명하였다.

대학생의 라이프스타일 유형에 따라서 의복구매만족도가 달랐다. 유형2는 ‘제품과 물리환경, 즐거움에 대한 만족도’가 낮은 것으로 나타났고 유형 5도 ‘제품과 물리환경에 대한 만족도’가 낮은 것으로 나타났다. 이는 이러한 유형들은 의류 및 외모에 대한 관심이 낮으므로 의류제품 및 상점의 물리적 환경에 대한 무관심함에서 비롯되는 것이라고 생각할 수도 있으나 유형에 따라서 주로 이용하는 쇼핑장소가 다르기 때문에 비롯된 것일 수도 있다고 생각한다. 외모관심도가 높은 유형6은 ‘제품과 물리환경, 즐거움에 대한 만족도’가 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 쇼핑의 즐거움 만족도는 유형에 따라서 차이가 심한 것

로 나타났는데, ‘비소비대인관계추구형’은 낮게 나타난 반면에 ‘개방적 유행추구형’은 높게 나타났다.

유의하지는 않았으나 ‘유형6과 1’은 ‘판매사원에 대한 만족도’가 낮은 경향이나 ‘유형 2와 5’는 높은 편이었다. 이는 유행에 관심이 많을수록 판매사원의 지식과 서비스에 불만을 갖기 때문이라고 사료된다. ‘영업환경에 대한 만족도’ 역시 외모에 관심있는 유형인 ‘유형1과 6’의 경우가 낮았고 ‘성취적 가족추구형’이 영업환경에 대한 만족도가 높았다.

4.4. 가격인지

주성분 요인분석 varimax 회전에 의해 가격 인지에 대한 설문문항은 총 5개 요인으로 묶였는데, 제 1요인은 ‘브랜드비례 인식’이라고 명명하였고, 제 2요인은 ‘정보유통인식’이라고 명명하였다. 제 3요인은 ‘품질비례인식’이라고 명명하였으며 제 4요인은 ‘경제적인식’이라고 명명하였다. 제 5요인은 품질대비

Table 5. 가격인지의 요인분석 결과

요인/문항	요인부하량	고유값	누적적재값 %	신뢰도
싼 옷을 입고 모임에 나가면 창피하다	.714			
사람들은 내가 구입하는 옷의 가격이나 상표로 나를 평가한다	.668			
내가 ‘값비싼 옷’을 산다면 남들이 부러워할 것이다	.641	4.18	20.89	.75
겉옷은 남에게 보이므로 비싸더라도 유명상표를 구입한다	.563			
의류메이커나 백화점의 세일이 기다려진다	.532			
‘000원’보다는 ‘00%세일중’이라는 사실 때문에 옷을 사게된다.	.523			
나는 언제 어디서 옷을 싸게 살 수 있는가에 대해 이야기하기를 좋아한다	.733			
친구들은 나에게 옷의 가격이나 세일에 대해 자주 물어본다	.686	2.59	33.88	.69
길을 가다 우연히 세일광고를 보면 꼭 들러서 구경한다	.673			
누가 ‘옷을 비싸게 샀다’고 불평하면 나는 다음에는 어디서 사라고 충고해 주겠다	.545			
값이 비싼 옷은 품질이 좋다	.770			
옷의 가격은 품질에 따라 매겨지는 것이므로 비싼 옷은 믿고 산다	.731	1.56	41.66	.65
옷값이 비싼 데에는 나름대로 이유가 있다	.695			
‘싼게 비지떡’이라는 속담은 옷에도 잘 맞는 말이다	.504			
비싼 옷 한 벌보다 값싼 여러 벌이 낫다	.769			
옷값은 너무 비싸므로 되도록이면 싸게 사야한다	.761	1.25	47.93	.61
싸게 사기 위해서 남대문시장에 가느니 차라리 시간과 노력을 아끼겠다(-)	.439			
옷을 고를때는 ‘가격만큼 유용하게 입을 수 있을까’를 생각한다	.721			
옷의 품질에 비해 가격이 적당할 때 산다	.667	1.16	53.70	.53
옷은 세일때 사야 잘 샀다는 생각이 든다	.524			

Table 6. 라이프스타일 유형에 따른 가격인지

	1군집:소극적절 약외모지향형 (173명)	2군집:비소비대 인관계추구형 (135명)	3군집:전통적현 실향유형 (122명)	4군집:적극적건 강추구형 (159명)	5군집:실용적내 부지향형 (127명)	6군집:개방적유 행추구형 (166명)	7군집:성취적가 족추구형 (119명)
가 격 인 지	브랜드비례인식 .300	-0.384	.080	-.192	-.146	.346	-.154
	정보유통인식 .244	-.587	-.060	-.099	-.082	.521	-.135
	품질비례인식 -.057	-.168	.214	-.129	.055	.186	-.091
	경제적인식 -.062	.255	-.124	-.041	.226	-.284	.058
	합리적인식 .059	-.319	-.213	.229	.185	-.177	.237

가격을 보고 있으므로 ‘합리적인식’이라고 명명하였다.

대학생은 라이프스타일에 따라서 가격 인지가 달랐다($p < 0.0001$). ‘유형1과 6’은 외모지향하고 유행을 추구하는 집단이므로 의복가격은 ‘브랜드에 비례, 정보유통’하는 것으로 인지하고 있었다. 반면에 ‘유형2와 4,7’는 비소비적이며 외모보다는 대인관계나 건강, 적극적 삶 혹은 성취가족을 추구하는 집단이므로 ‘브랜드 비례인식, 정보유통’이 비교적 낮았다. ‘유형2,4,7’는 의복가격에 대하여 부정적인 시각을 가지고 있었는데 브랜드비례, 정보유통인식, 품질비례인식이 모두 (-)이었다. 즉, 가격은 품질과 반비례하는 것이라고 생각하고 있었다.

유형6은 경제적인식이 가장 낮은 반면에 유형 2와 5는 경제적 인식이 강하였다. 이는 ‘유형 5’는 실용적 내부지향 유형으로서 자신의 내실화, 모험 등을 추구에 더 관심을 두고 있으므로 의복가격이 저렴한 것을 추구하는 반면에 ‘유형 2’는 가정형편이나 용돈의 규모상 그렇게 나타난 것이라고 사료된다.

‘유형3’ ‘전통적 현실향유형’은 가격을 품질에 비례하지만 가격대비 품질에 대해서는 인식이 부족한 것으로 나타났다. 반면에 유형4와 7는 가격대비 품질에 대한 인식이 높았으며 무조건 품질비례로 가격을 인식하지는 않았다. 이는 ‘적극적 건

강추구형과 성취적 가족추구형’으로서 이 유형은 성숙한 의생활을 영위하고 있는 집단이라고 볼 수 있었다.

4.5. 신용카드 사용태도

주성분 요인분석 varimax 회전에 의해 신용카드 사용태도는 4개의 요인으로 묶였는데, 제 1요인은 ‘구매자극성’, 제2요인은 ‘현금대용성’, 제 3요인은 ‘불완전성’, 제 4요인은 ‘대출가능성’ 등으로 명명하였다.

라이프스타일 유형에 따라서 대학생의 신용카드 사용태도가 서로 달랐다(Table 8). 즉 ‘유형 6, 3, 1’ 등은 신용카드소유로 인한 ‘구매자극성’이 높았으나, ‘유형 2, 7, 4’는 낮았다. 즉 유행 및 외모를 추구하거나, 전통가치관 현실향유 대학생들은 신용카드를 비계획적으로 사용하고 있다고 스스로 지각하고 있음을 볼 수 있다. ‘현금대용성’ 역시, ‘구매자극성’의 경우와 유사하여 ‘유형 6’이 가장 높고 ‘유형 2’가 가장 낮았다. 신용카드 사용에 대한 ‘불완전성’은 유형별로 서로 다르지 않았다. 신용카드의 ‘대출가능성’에 대한 태도는 유형에 따라 서로 달랐는데, ‘유형2와 6’이 모두 낮았고 ‘유형 7’이 가장 높았다. 즉, ‘성취적 가족추구형’은 할부기능을 이용하거나 무이자 신

Table 7. 신용카드 사용 태도의 요인분석 결과

요인/문항	요인부하량	고유값	누적적재값(%)	신뢰도
값을 능력을 초과하여 신용카드로 물품이나 서비스를 구매하기도한다	.783			
신용카드로 충동구매를 한다	.774			
결제기간내에 신용카드 대금을 낼 돈이 없어서 연체료를 낸다	.753	3.76	19.8	.80
신용카드 사용시 마음에 드는 물건이 있으면 즉시 구입한다	.696			
신용카드를 아는 사람에게 빌려준다	.601			
신용카드의 월평균 사용액이 월평균수입의 1할을 넘는다	.597			
신용카드는 현금이 없을 때도 구매할 수 있어 편리하다	.756			
신용카드는 현금을 가지고 다니는 것보다 간편하다	.746			
신용카드는 해외 여행시 현금보다 융통성이 좋다	.601	2.53	33.1	.73
신용카드를 가진 사람은 카드회사나 백화점이 제공하는 할인판매정보 등을 받을 수 있어서 유익하다	.581			
신용카드를 사용하면 계획했던 것보다 많이 구매하게 된다	.570			
신용카드를 사용하면 대금결제절차가 복잡하여 현금보다 불편하다	.734			
신용카드를 사용할 수 있는 가맹점이 제한되어 있어 불편하다	.713			
신용카드는 분실이나 도난시 부정 사용될 가능성이 있어 불안하다	.598	2.01	43.7	.64
신용카드로 구입하면 현금사용시보다 불친절하다	.487			
신용카드수수료는 비싸다	.480			
신용카드를 사용하면 할부로 결제할 수 있어 편리하다	.722			
신용카드로 구매할 때는 일정기간 무이자로 외상구입을 할 수 있어 경제적으로 이익이 된다	.510	1.23	50.1	.59

용카드 거래 기능을 활용하는 성숙한 신용 카드 사용태도가 확인되었다.

신용카드 소유는 총 988중 424명으로서 42.9%를 나타내었다. 이는 선행 보도결과(김정훈, 2002)인 31.0%보다 증가한 것이다. 유형에 따라서 신용카드 소유정도가 달랐는데($p<0.05$), '유형 2'가 신용카드가 없는 비율이 높았다. 또한 유형별로 소유하고 있는 신용카드 수가 달랐다. '유형 2'가 가장 적게 소유하고 '유형 5, 7'이 가장 많이 소유하고 있었다. 이는 '유형 2'가 비소비대인관계추구형이므로 비소비적이고 가정경제수준도 낮은 것도 이유라고 볼 수 있겠다. 또는 대인관계시에는 오히려 카드를 소유하지 않는 것이 사용을 자제하는 방법이라고 생각하여 발급을 원하지 않는 것으로도 사료된다. 반면에 '유형 5, 7'은 실용적 내부지향형과 성취적가족추구형이므로 스스로 신용카드 사용에 대한 절제력을 지닌 것으로 추측된다.

유형에 따라 신용카드 사용액수도 달랐다. '유형 6'은 사용액수가 가장 많았으며, '유형 2, 1, 7'은 액수가 적었다. 그러나 신용카드 사용횟수와 현금서비스액, 연체기간 등은 유형에 따라 유의한 차이가 없었다. 유형7은 용돈대비 카드사용액이 적은 것으로 나타나 바람직하게 신용카드를 사용하는 유형이라고 볼 수 있다. 또한 용돈이 가장 높은 '유형 3'은 신용카드 사용액수가 중간 수준이었다.

대학생들은 신용카드를 1주일에 약 1.4~1.8회 사용하고 있었다. 현금서비스의 월평균 이용액은 '10만원미만'이 21.9%, '20만원미만'이 9.3%, '30만원미만'이 5.2%, '30만원이상'이 7.8%였으며, '받은적없다'가 55.8% 였다.

'연체경험 유무'는 유형에 따라 유의한 차이는 없었으나 '유형 6'이 연체경험이 많은 편이었다. '유형 6'이 신용카드 사용액수가 가장 많았기 때문인 것으로 사료연체 경험자는 신용카드 소지자(424명)중에서 112명이었으며(26.4%), 연체금액 분포를 살펴보면 '30만원이하'가 54명(59.3%), '60만원이하'가 15

명(16.5%), '90만원이하'가 10명(10.9%), '100만원이상'이 12명(13.2%)이었다. 연체기간은 '1개월'이 가장 많아 연체경험자의 83%를 차지하였으며, '2개월'이 10.7%를 차지하였다. 연체 경험자는 주거형태와 상관없이 깊었는데($P<0.05$), '자택'의 경우 연체경험자는 23.5%였으나 '기숙사, 자취, 하숙'등의 대학생 중에서는 연체경험자가 36.3%에 해당하였다. 또한 가게의 경제수준과도 상관이 있었다($P<0.05$). 연체 이유로는 '돈이 모자라서(42.8%), 결제일을 잊어버려서(24.1%), 바빠서(19.6%)' 등의 순서였다. 대납방법으로는 '스스로 벌어서(59.8%), 부모님께서(24.1%), 다른 카드로 막음(11.6%)' 의 순서였다. 연체금액의 최대인 유형은 평균 41.7만원이었다.

신용카드 주사용처가 유형에 따라 달랐는데($P<0.05$), '유형 1, 6'은 '의류구입시' 많이 사용하고 있었으며 '유형 3, 4, 7'은 '문화' 에 많이 사용하고 있었다.

4.6. 대학생의 의생활

유형에 따라서 가정경제수준이 달랐는데, '유형 3'이 가장 높았으며, '유형 2'이 가장 낮았다($P<0.0001$). 이는 용돈의 경우와 동일하였다.

유형에 따라 의복별 구입 별수가 달랐다. '정장'은 유형에 따라 서로 다르지 않았으며 이는 공통적으로 대략 연간 1.2~1.7벌을 구입하고 있었다. '캐주얼'은 유형에 따라 서로 달랐으며 5.2~9.4 벌을 구입하고 있었다. 즉 '유형 2'가 구매하는 별수가 적었고 '유형 6과 1'의 구매 별수는 많았다. 즉, 정장에서는 유형에 따라 구매 별수에 차이가 나지 않더라도 캐주얼에서는 차이가 발생하는 것이라고 사료된다.

'스포츠의류'는 유형에 따라 평균적으로 1.0~1.8벌을 구입하고 있었는데, '유형 1'이 가장 적게 구입하고 있으며, '유형7, 6'이 많이 구입하고 있었는데, 이는 '유형7'이 자신의 적극적으로 생활을 위한 스포츠의류 구입 뿐만 아니라 가족의 스포츠의

Table 8. 라이프스타일 유형에 따른 대학생의 신용카드 사용

		1군집	2군집	3군집	4군집	5군집	6군집	7군집
신용카드사용태도	구매자금성***	.216	-.248	.216	-.064	-.208	.236	-.233
	현금대용성***	.064	-.399	-.033	.024	.108	.201	-.021
	불완전성	.035	.069	-.075	.082	.046	-.086	-.036
	대출가능성**	.098	-.145	.126	-.018	-.118	-.137	.229
신용카드수**(개)	.65	.39	.77	.68	.82	.67	.80	
신용카드 유(424)	76	38	56	62	63	75	54	
소지*(명) 무(563)	94	94	66	93	62	91	63	
신용카드사용액수*(만원)	17.4	16.0	26.1	19.6	20.9	30.5	18.1	
신용카드 주사용처	식사비	8	3	9	7	5	8	10
	문화, 레저	9	9	15	15	11	10	15
	의류	34	8	16	23	20	42	15
	전자제품	3	2	5	4	4	3	2
	도서	1	1	2	1	2	2	4
	기타	18	13	11	16	17	6	12
	용돈* (만원)	28.8	27.6	41.3	29.2	30.3	35.3	30.2

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$, **** $p<0.0001$

류까지 구매하는 성취적 가족추구형이기 때문이라고 볼 수 있겠다. 외투류는 ‘유형 2’가 가장 적게 구입하고 있으며, ‘유형 6’이 가장 많이 구입하고 있었다. 그러나 ‘내의류’는 ‘유형 4’가 가장 적게 구입하고 있었는데 이는 건강하여 내복의 필요성이 적기 때문이기도 하다. ‘양말류’는 ‘유형 1’이 가장 적게 구입하고 있는데 이는 외모를 추구하여 캐주얼과 외투는 많이 구입하더라도, 양말과 같은 의복에서는 절약하고 있음을 알 수 있다. 액세서리 구입은 ‘유형 2’가 가장 적게 구입하고 있으며 ‘유형 6’이 가장 많이 구입하고 있었다.

4.7. 가격인지, 의류 구매 만족도와 신용카드 태도의 상관관계

가격 인지와 신용카드 사용태도는 상호 밀접한 관계가 있었다. 즉 가격에 대한 ‘브랜드 비례인식’이 높을수록 신용카드의 ‘구매자극성, 현금대용성’이 높았고 ‘대출가능성’은 낮았다. 또한 가격에 대한 ‘합리적 인식’이 높을수록 신용카드에 의한 ‘구매자극성’은 낮고, 무이자 구매와 같은 ‘대출가능성’은 높아졌다. 반면에 가격을 ‘경제적 인식’으로 인지하고 있을수록 신용카드에 의한 ‘구매자극성’과 ‘대출가능성’은 낮아졌다.

의복구매만족과 신용카드 사용태도는 상호 밀접한 관계가 있었다. 즉, ‘제품만족도’가 높을수록 ‘대출가능성’이 증가하였다. 이는 제품에 대해 만족하게 되면 외상으로라도 제품을 구입하

는 것이라고 사료된다. 또한 ‘물리적 환경만족도’가 높을수록 신용카드의 ‘불완전성’에 대한 우려가 적었다. 즉 상점의 물리적 환경이 높을수록 신용카드 사용에 대한 신뢰성이 증가되는 것을 알 수 있다.

‘판매원만족도’가 높을수록 ‘현금대용성’으로 혹은 ‘대출가능성’을 사용하여 신용카드를 이용하고 있으며 ‘불완전성’에 대한 우려는 낮다고 볼 수 있다. 그러나 ‘판매원 만족도’가 낮을수록 신용카드로 인한 ‘구매자극성’이 증가되고 있었다. 이는 외모지향이 높으면 ‘판매원 만족도’가 낮은 반면에 신용카드로 인한 ‘구매자극성’이 높기 때문에 이러한 결과가 나온 것으로 사료된다.

‘영업환경 만족도’가 낮을수록 신용카드에 의한 ‘구매자극성’이 높았다. 이는 의류구매 및 유행에 대한 관심이 많은 유형, 즉 ‘유형 1, 6’은 판매원이나 영업환경에 대한 만족도가 낮으며, 동시에 신용카드 구매자극성, 충동구매 등이 비교적 높기 때문이라고 사료된다. ‘즐거움만족도’가 높을수록 ‘현금대용성, 불완전성’이 높았다. 즉 현찰을 소지하지 않아도 쇼핑에서 즐거움추구 욕구를 만족시킬 수 있음을 알 수 있다. 또한 쇼핑의 즐거움을 추구하는 성향이 높은 사람은 신용카드의 ‘불완전성’이나 ‘분실사고’ 등에 대한 우려가 높게 나타나는 것이라고 볼 수 있겠다.

Table 9. 라이프스타일 유형에 따른 의생활

	1군집	2군집	3군집	4군집	5군집	6군집	7군집
연령*** (세)	21.8	23.1	23.2	22.5	22.4	21.4	23.0
성별(명)***	남자	22	95	89	53	42	31
	여자	151	40	33	106	85	135
월피복지출비***	3.72	2.68	3.75	3.36	3.06	4.92	3.34
가정경제수준***	3.04	2.84	3.15	3.06	2.94	3.12	3.13
년간 구입수(벌)	정장	1.46	1.22	1.59	1.57	1.38	1.71
	캐주얼**	6.78	5.12	6.30	5.51	6.26	9.35
	스포츠의류*	1.00	1.09	1.54	1.23	1.23	1.63
	외투류**	1.96	1.33	1.82	1.62	1.79	2.62
	내의류**	5.07	4.67	5.23	4.58	4.70	5.88
	양말류*	6.60	6.72	7.42	6.66	6.86	9.58
	액세서리류**	4.53	3.21	4.21	3.43	4.02	7.25
	일일인터넷시간(시간)	2.29	2.49	2.82	2.54	2.49	2.69
일일 TV시청시간**	2.24	1.69	1.83	1.81	1.75	2.02	
일일 학습시간****	2.74	3.15	2.96	3.96	3.37	2.73	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001, ****p<0.0001

Table 10. 가격인지, 의복구매만족과 신용카드 사용태도와의 상관분석 결과(n= 983)

	가격인지					의복 구매만족				
	브랜드비례 인식	정보유통 인식	품질비례 인식	경제적 인식	합리적 인식	제품 만족도	물리환경 만족도	판매원 만족도	영업환경 만족도	즐거움 만족도
신용카 구매자극성	.166 ***	.132 ***	.063*	-.063 *	-.187***	n.s.	n.s.	-.127***	-.091**	n.s.
드사용 현금대용성	.139 ***	.101 **	.097**	n.s.	.169 ***	n.s.	n.s.	.076*	.091**	.239***
태도 불완전성	n.s.	n.s.	n.s.	.093 **	n.s.	n.s.	-.075*	-.085**	n.s.	.083**
대출가능성	-.106 **	n.s.	n.s.	-.111***	.076 *	.117***	n.s.	.068*	n.s.	n.s.

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001, ****p<0.0001

5. 결 론

전국 1020여명의 남녀 대학생의 라이프스타일 유형을 나누고 그들의 의생활과 신용카드 사용 실태에 대해 조사한 결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

1. 라이프스타일 유형은 크게 7가지로 나타났으며 이에 따라서 대학생의 신용카드 사용생활, 가격인지, 구매만족 등에서 유의미한 차이가 있었다. 신용카드 사용회수, 연체회수, 연체금액, 현금서비스액 등은 다르지 않았으나 신용카드 유무, 신용카드 수, 사용태도, 사용액 등은 달랐다. 외모에 관심이 많은 유형은 신용카드 소유로 인한 구매자극성이 비교적 높았다. 특히 유형 1: 소극적절약외모지향형은 '의류구입시'에 카드를 많이 사용하고 있었고 카드사용액수와 용돈은 적었으나 피복지출비는 비교적 많았다. 유형 2:비소비대인관계지향형은 신용카드수, 사용액수, 가정경제수준, 용돈 등이 가장 적었으며 가격인지는 '경제적인식'을 갖고 있었다. 유형 3:전통지향현실향유형은 가정경제수준이 가장 높으나 카드사용액수는 중간정도였고 '문화'에 신용카드사용을 많이 하고 있었으며 가격을 '품질비례'로 인지하고 있었다.

유형 5:실용적내부지향은 가격을 '경제적인식'으로 하고 있었으며, 신용카드 수가 가장 많으나 자기 절제성이 강한 것으로 나타났다. 유형 6:개방적 유행추구형은 유형 1과 유사하게 가격을 '브랜드비례, 정보유통가격'으로 인지하고 있었으며, 카드사용액수, 피복지출비가 가장 많았고, 연체경험이 많은 편이며, '의류구입'시에 카드사용을 많이 한다고 답하였다. 유형 7:성취적가족추구형도 '품질대비 가격'으로 의복가격을 지각하고 있으며, 카드 수는 많으나 카드사용액이 적고, '문화'에 신용카드를 주로 사용하고 있었다.

2. 신용카드 사용태도와 가격지각, 의복구매만족도는 상관성이 있었다. '브랜드 비례인식'이 높을수록 '구매자극성, 현금대용성'이 높았고 '대출가능성'은 낮았으며, '합리적 인식'이 높을수록 신용카드에 의한 '구매자극성'은 낮고, 무이자 구매와 같은 '대출가능성'은 높아졌다. '판매원만족도'가 높을수록 '현금대용성'과 '대출가능성'이 높았다.

이상과 같이 대학생 중에서 유형7 만이 바람직한 '가격인식'을 갖고, 올바른 신용카드 사용을 하고 있었다고 볼 수 있었다. 대학생들에게 가격의 개념, 신용카드 사용법, 신용카드의 유용성 등을 교육, 홍보하는 것이 제안된다. 뿐만 아니라 사회에 만연한 가격에 대한 부정적인 사고를 씻어내도록 의류업체 및 상점에서는 부단한 노력해야 할 것이다.

외모 관심과 구매경험이 많을수록 제품만족도, 물리적환경만족도, 즐거움만족도 등은 증가되고, 판매원만족도, 영업환경만족도 등은 감소하였으므로 만족도는 소비자에 따라 심도있게 조사될 것이 제안된다.

감사의 글: 본 연구는 인하대학교 연구비지원(2002년도 공동

연구지원)에 의해 수행되었기에 이에 감사드립니다.

참고문헌

- 김정훈 (2002) 여대생과 주부의 돈과 신용에 대한 태도 비교. *대한가정학회지*, 40(3), 165-175.
- 김미경 (1986) 도시주부의 라이프스타일 유형과 소비자행동에 관한 연구. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 김민정·박진선 (1997) 생활양식과 구매유형과 관한 연구. *소비자학연구*, 8(1), 1-22.
- 박근주 (1990) 소비자의 신용카드 사용행동에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 박광희·김문영·홍재경 (2002) 라이프스타일 유형에 따른 침구사용에 관한 연구. *대한가정학회지*, 40(6), 173-184.
- 박정곤 (1996) 20대 여성의 라이프스타일에 따른 의류복 구매행동에 대한 연구. 경상대학교 대학원 석사학위논문.
- 송순영 (1998) 신세대 소비행태에 관한 연구. 한국소비자 보호원 연구보고서, 98-105.
- 유은정·구양숙 (2002) 백화점 카드 이용자의 패션라이프스타일에 따른 의복구매행동. *한국의류산업학회지*, 4(1), 40-46.
- 이기춘·박근주 (1997) 소비자신용 연체행동에 대한 관련요인. *한국가정관리학회지*, 15(3), 139-152.
- 이규혜·이은영 (2002) 다면적인 가격지각이 의복구매과정에 미치는 영향. *대한가정학회지*, 40(9), 3-16.
- 이부련 (1998) 라이프스타일과 의복구매행동과의 관계연구. *복식*, 37, 17-32.
- 임경복·임숙자 (1993) 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구. *한국의류학회지*, 17(3), 359-366.
- 조선일보 (2004) 신용불량자수 급증. 5. 13.
- 조형호 (1996) 한국인의 라이프스타일 유형 분류 및 소비행동에 대한 연구. *소비자학연구*, 7(2), 223-240.
- 지혜경 (1994) 의류제품구매과정에 나타난 소비자의 불만족 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 진병호 (1998) 의복구매시 소비자가 지각하는 가격(제2보) 제품관여와 소비자 지식이 의복가격의 각차원지각에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 22(5), 628-638.
- 채정숙 (2001) 여대생의 라이프스타일 유형에 따른 화장품 구매 및 사용행동 분석. *대한가정학회지*, 39(11), 107-128.
- 최태용·박화순·조은영 (2002) 의복쇼핑성향과 의복구매만족과의 관계연구. *대한가정학회지*, 40(8), 123-135.
- 한경미·나영주 (2002) 여성소비자의 라이프스타일 유형과 선호감성. *한국의류산업학회지*, 4(1), 56-63.
- 황진숙·나영주 (1999) 남자대학생의 신체만족도와 의복이미지 선호의 관계 연구. *복식*, 49(12), 65-72.
- 홍금희 (1992) 의복구매만족의 종적 연구. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 한국소비자보호원 (2003) 2003년도 주요추진일정. www.cpb.or.kr
- 한국일보 (2004) 미국 카드빚 급증. 8. 15.
- Hayhoe, C.R., Leach, L. and Turner, P.R. (1999) Discriminating the number of credit-cards held by college students using credit and money attitude. *Journal of economic Psychology*, 20, 643-656.
- Davis, E and Lea, S.E.G. (1995) Student Attitudes to Student Debt. *J. of Economic Psychology*, 16, 663-679.

(2004년 5월 16일 접수)