

대학생의 소비지향적 태도에 따른 과시소비 성향

University Students' Conspicuous Consumption according to their
Consumption-Orientation

숙명여자대학교 대학원 가정관리학과

석사 오지현*

숙명여자대학교 가정아동복지학부

교수 계선자**

Dept. of Home Management, Sookmyung Women's University

Master : Ji-Hyun, Oh

Dept. of Home Management Sookmyung Women's University

Prof. : Sun-Ja, Kye

〈목 차〉

I. 서론
II. 이론적 배경
III. 연구방법

IV. 연구결과 및 논의
V. 결론 및 제언
참고문헌

〈Abstract〉

The purpose of this study was to examine university students' consumption-orientation and attitude toward conspicuous consumption as well as to identify the factors that are most influential on consumption-orientation and conspicuous consumption behavior.

The major findings of this study are summarized below.

First, the average scores of consumption-orientation and conspicuous consumption were 2.71 and 3.15 respectively, on a 5 point scale.

Second, the most influential factor on university students' consumption-orientation was friends' influence.

Third, the most influential factor on conspicuous consumption was students' perceived social status.

Fourth, conspicuous consumption tendency and consumption-orientation were significantly

* 주저자 : 오지현 (heyjh@hanmail.net)

** 교신저자 : 계선자 (kyesj@sookmyung.ac.kr)

higher for those students with larger amount of allowances, female students, or the students who are working.

Fifth, the university students' consumption-orientation and conspicuous consumption tendency were significantly higher for the students whose parents' child-rearing style is inconsistent or excessive investment.

Finally, the consumption orientation has a significant positive relationship with conspicuous consumption.

Key Words : 과시소비 성향(Conspicuous consumption), 소비지향적 태도(consumption-orientation)

I. 서론

사회가 고도로 성장하고 복잡화되면서 소비의 형태들도 다양하게 변화되고 있다. 현대 사회는 타인과의 접촉 기회가 많을 뿐 아니라 그 횟수도 일시적인 경우가 많으며 특히 대도시의 경우 서로의 배경에 대해 잘 모르는 경우가 많기 때문에 자신의 옷차림이나 장신구 등의 물질적인 것들로 자신을 나타내려 하는 경우가 많다. 이로 인해 사람들은 소비를 함에 있어서 기본적 욕구충족이나 제품 및 서비스의 기능적 사용만을 위한 소비보다는 어떠한 상징이나 전시로서의 소비를 하게 되면서 과시소비 성향이 만연하게 되었다. 그런데 이러한 과시소비현상은 한정된 계층에만 국한되어 있는 것이 아니라 성인이 되기 전단계의 소비자집단으로까지 퍼지고 있다는데 심각성이 있다. 특히 현재의 대학생들은 산업화와 개방화시대의 교육을 받고 풍요 속에서 성장하였기 때문에 소비지향적이며, 충동적으로 구매를 하려는 경향을 가지고 있으며, 어른들의 과시소비 성향을 답습하려는 등 현명하지 못하고 비합리적인 소비를 하는 것으로 보고되고 있다(손상희, 1996).

대학생들의 건전한 소비모델은 다른 연령대의 소비자집단에게 긍정적인 영향을 미칠 것이며 곧 사회로 나와 대학생들이 더 큰 재

화를 손에 쥐게 되었을 때 성인 소비자집단으로서 경제적이고 합리적인 소비를 하는 일은 개인적인 차원에서는 부의 축적이며, 나아가서는 국가의 경쟁력에 이바지할 수 있을 것이다. 또한 우리사회의 미래의 소비행태를 내다볼 수 있다는 점에서도 대학생 소비자의 소비에 관한 연구의 필요성이 대두되고 있다. 그런데 국내 과시소비 성향에 대해 대상 집단별로 알아본 연구들을 보면 특히 중고생 청소년을 대상으로 한 연구가 대부분(이영희, 2000; 유두련, 박영미, 함현정, 2004; 김혜인, 이승신, 2003)이며 대학생을 대상으로 한 연구는 매우 적은 편(김정숙, 1999; 이남숙, 1999)이어서 대학생들의 과시소비 성향에 대해 연구해 보는 것은 의미 있는 일이라 하겠다.

이에 본 연구에서는 대학생소비자를 둘러싸고 있는 사회인구학적 변인, 심리적 변인, 사회환경적 변인, 가정환경적 변인과 소비지향적 태도를 변인으로 한 연구를 하고자 한다. 대학생들을 대상으로 소비지향적 태도와 과시소비 성향에 관한 대학생들의 일반적인 경향이 어떠한지를 알아보고 소비지향적 태도와 과시소비성향은 각 변인들에 따라 어떠한 차이를 보이는지 알아 본 후 각 변인들의 영향력을 알아봄으로써 그 결과를 토대로 합리적인 소비를 위한 방향을 수립함과 더불어 대학생소비자교육의 기초적 자료를 제공하는데 연

구의 목적을 둔다.

II. 이론적 배경

1. 대학생의 과시소비성향

과시소비란 타인에게 보이기 위한 모든 소비를 지칭하는 것으로 과시소비를 이론적으로 분석한 Veblen은 부정적인 입장에서 과시소비의 개념을 정의하였는데, 과시소비는 자신의 지위나 부를 과시하려는 욕망에 의해, 생존에 필요한 실질적 수준이상의 소비를 함으로써, 금전력을 과시하기 위한 목적으로 많은 규모의 재화와 용역을 소비하는 것이라 하였다.

이 외에도 과시소비에 대한 정의는 사회와 시간, 제품에 따라 학자마다 조금씩 다른 견해 차이를 보인다.

Mammen과 Whan(1987)은 과시소비를 가족의 수입에 의해 지위를 강화시켜주는 특정 상품이나 서비스 즉 특정재화의 구매를 통한 향유로 정의하기도 하였다.

국내의 연구들을 살펴보면 박은아(1994)는 소비하는 물건을 통해 자신의 부와 지위를 드러내고자 하는 행동을 과시소비로 정의하였고, 백경미(1995)와 송은경(1997)은 과시소비를 재화나 서비스의 상징성을 통해 지위를 획득하거나 유지하려는 목적으로 타인에게 부를 과시할 수 있는 재화나 서비스의 구매와 사용으로 정의하였다.

위와 같이 각 학자들은 각기 조금씩 다른 견해차를 보이며 과시소비에 대한 연구를 하여왔으며 과시소비라는 용어 또한 국내연구자들에게서 상징적 소비, 전시적 소비, 현시적 소비 등으로도 불리고 있다.

최근 대학생들은 거대한 소비 집단이 되어 소비시장에서 큰 비중을 차지하고 있다. 국민은행이 2000년에 발표한 우리나라, 일본 그리

고 미국의 20대의 소비행태에 관한 보고서에 따르면 용돈을 포함한 월평균소득(1인당 약 89만원) 대비 소비비중이 한국의 대학생이 86.4%로 가장 높고 전체 소득 중 75~100%를 소비하는 비중도 가장 높은 것으로 나타났다. 이렇게 된 배경에는 가계소득수준의 향상과 청소년시기에 비해 아르바이트 기회의 확대 등으로 인한 물질적 풍요로움으로 타 연령층에 비해 예상외로 높은 자유재량 소비수준을 유지(김정훈, 1993)하게 된 것과 상업주의식 대중매체가 우리 삶 속으로 파고들면서 자연스럽게 소비지향적인 환경 속에 삶을 영위하다 보니 소비비중을 높이게 된 요인이 되겠다.

대학생은 태어나서 거의 처음으로 집을 떠나 혼자 사는 경우가 많으며 중·고등학교 시기에 비해 부모의 간섭 없이 소비·지출을 하게 되는 시기이기도 하다. 그러나 지금의 대학생들은 초등·중·고등학교의 12년 동안 소비자교육을 거의 받지 않은 세대이기 때문에 가정에서 부모의 지도가 없었더라면 아무런 지도 없이 자기의지대로만 소비를 하게 되는 시기이기도 하다. 또한 산업화와 개방화시대의 교육을 받고 풍요 속에서 성장하였기 때문에 소비지향적이며 충동적으로 구매를 하려는 경향을 가지고 있으며, 어른들의 과시소비 성향을 답습하려는 등 현명하지 못하고 비합리적인 소비를 하는 것으로 보고 되고 있어(손상희, 1996) 대학생의 소비에 관한 연구의 중요성이 대두되고 있다.

2. 대학생의 소비지향적 태도

소비지향적 태도란 일반적으로 화폐 또는 물건을 소비하는 것에 대한 호의적 또는 비호의적이거나 적극적 또는 소극적인 성향을 뜻한다(김성숙, 1989; 김영신, 1991). 소비지향적 태도는 학자에 따라 정의가 조금씩 달라지는

데 그 내용을 보면 다음과 같다.

가치지향의 한 단면으로 소비지향적 태도를 본 김영숙(1990)은 소비활동에 대한 인간의 자기표현 양식의 본질에 관한 것으로 물질을 소비하는 것을 좋아하는 소비에 적극적인 성향이라 할 수 있으며, 비합리적인 소비와 관련된 개념으로 정의하였으며 김성숙과 이기춘(1989)은 소비지향적 태도를 소비욕구를 즉각 충족시키려고 하고 소비를 많이 하는 것을 좋아하고, 소비와 쇼핑을 즐기는 경향이라고 정의하였다. 또한 김영신(1991)은 화폐 및 물건을 소비하는 것에 대한 호의적 또는 비호의적이거나 적극적 또는 소극적인 성향을 뜻한다고 하였으며 덧붙여 쇼핑을 즐기며, 소비에 대한 욕구가 강하고 그 욕구를 습관적으로 과도하게 충족하려는 경향을 뜻한다고 하며 소비지향적 태도가 강할수록 소비자문제, 가격 및 품질 문제, 외판 문제, 할인 판매 문제 등을 많이 경험하고 있음을 말했다.

소비지향적 태도를 요인분석 하여 네 가지로 분류한 김인숙과 정용선(1995)은 소비지향적 태도는 화폐 및 물건을 소비하는 것에 대해서 호의적, 적극적으로 지향하는 것이라고 하여 소극적 소비지향태도, 합리적 소비지향태도, 취미적 소비지향태도, 집착적 소비지향태도로 분류하였으며 각각의 정의는 다음과 같다.

소극적 소비지향태도는 화폐 및 물건을 소비하는 것에 대해서 관심이 적고 일상적인 소비에 대해서 오히려 귀찮게 여기는 소극적인 소비지향태도이며 합리적 소비지향태도는 화폐 및 물건을 소비하는 것에 대해서 신중하게 고려하며, 소비행동을 합리적으로 하려고 하는 소비지향태도이다. 또한 취미적 소비지향태도는 화폐 및 물건을 소비하는 것을 좋아하며, 소비행동을 취미로 여기는 소비지향태도이며 집착적 소비지향태도는 화폐 및 물건을

소비하는 것에 대해서 지나치게 관심이 많고, 소비행동에 집착하는 소비지향태도라고 정의하였다.

편세린(1997)은 소비지향적 태도를 물질주의성향, 소비욕구충족의 시간지향, 소비집착적 경향, 소비 및 쇼핑선호 등의 개념을 포괄하는 것으로 보았는데 이 중 물질주의 성향은 소유 혹은 물질로 성공을 판단하고 획득자체에 의미부여하며 획득을 통한 행복을 추구하는 것으로, 재화에 대한 강한 욕망으로 삶의 중심을 물질에 두고 이것을 추구하는 것이라 하였고 소비지향적 태도에 포함되는 개념인 소비욕구충족의 시간지향, 소비집착적경향, 소비 및 쇼핑선호 또한 물질주의성향과 관련되는 개념이라 하였으며 각각의 정의를 다음과 같이 하였다.

소비욕구충족의 시간지향이란 되도록 빨리 소비하고 싶은 욕구를 충족시키려고 하는 것이고, 소비집착적 경향은 소비에 대한 욕구가 강하고 그 욕구를 습관적으로 과도하게 충족시키려는 것을 의미하였는데, 이러한 경향이 높을수록 합리적 구매를 저해한다고 하였다. 반면 석봉화(1997)는 소비지향적 태도와 물질주의 가치를 분리하여 보았는데 소비지향적 태도는 소비에 대한 욕구가 강하여 소비하는 것을 좋아하고 쇼핑을 즐기며 소비욕구를 습관적으로 과도하게 충족하고자 하는 경향이라 하였다. 이 외에도 외국의 연구에서 Faber. 와 O'Guinn(1989)은 소비 집착적 경향은 소비에 대한 욕구가 강하여 그 욕구를 습관적으로 과도하게 충족시키려는 것을 말하는 것으로 이러한 경향이 클수록 합리적인 소비를 저해한다고 하였다.

3. 대학생의 소비지향적 태도와 과시소비 성향과의 관계

대학생의 소비지향적 태도와 과시소비 성향과의 관계를 다룬 연구는 매우 적은 실정이나 청소년을 대상으로 연구한 석봉화(1997)의 결과에서 물질주의 가치와 소비지향적 태도는 과시소비 성향과 정적 상관관계가 나타났으며 과시소비성향에 대한 상대적 영향력을 보면 물질주의 가치가 가장 큰 영향을 미쳤고 그 다음으로 큰 영향을 미치는 변인이 소비지향적 태도였다.

편세린(1997)의 연구에서도 청소년 소비자는 소비지향적 태도가 높을수록 과시소비 성향이 높다고 하였으며 대학생을 대상으로 한 이남숙(1999), 김정숙(1999)의 연구결과에서도 과시소비 성향에 영향을 미치는 가장 큰 변수는 소비지향적 태도인 것으로 나타났으며 물질주의 성향이 높을수록 과시소비 성향이 높다는 연구결과(이영희, 1999; 이영희, 2000)도 있다. 또한 Moschis와 Churchill(1979)은 물질주의적인 태도는 TV광고와 프로그램을 시청하는 것의 사회적 동기, 즉 어떠한 상품이 타인에게 좋은 인상을 주는지 알기 위해 TV를 시청하는 것과 관련이 있다고 하며 물질주의 성향이 높은 청소년이 사회적 동기에서 이루어지는 소비와 충동구매 등의 비합리적인 구매를 하게 되며 소비량도 많아진다고 하였고 Caplovitz(1967)는 소비지향적인 소비자일수록 내구재 구매에 있어서 중고품보다는 신제품을 사려고 하고, 비싼 모델을 사고 싶어 하고, 소득이 낮은 경우에 있어서도 소비욕구가 크기 때문에 비공식적인 신용구매를 주로 이용하는 등의 비효율적 소비를 한다고 하였다. 즉 소비지향적 태도가 높을수록 새롭고 비싼 제품을 선호하는 과시소비 성향을 보이고, 비효율적인 소비행동을 한다는 것이다(편세린, 재인

용 1997).

이상의 선행연구를 고찰해보면 소비지향적 태도와 과시소비 성향 간에는 정적 상관관계가 있음을 유추할 수 있으며 소비지향적 태도가 높을수록 과시소비 성향은 증가할 것으로 보인다.

4. 대학생의 소비지향적 태도와 과시소비 성향에 영향을 미치는 제 변인

대학생 소비자를 대상으로 한 연구들(김정숙, 1999; 이남숙, 1999)에서 학년, 성별과 용돈은 과시소비 성향에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 전공과 과시소비 성향의 관계를 다룬 연구는 거의 없는 실정이나 중·고등학생들을 대상으로 과시소비 성향에 관해 알아본 연구(안영희, 박명숙, 2000)에서는 인문계학생들에 비해 실업계고등학교의 학생들이 과시소비 성향이 더 높은 것으로 나타났다. 아르바이트 유무에는 정지원(2003), 이남숙(1999)의 연구에서 과시소비 성향에 영향을 미치지 않는 변수로 나타났다.

소비지향적 태도에 영향을 미치는 요인들을 선행연구를 중심으로 살펴보면 이남숙(1999), 편세린(1997)의 연구에서 학년과 성별은 소비지향적 태도에 영향을 미친다고 하였고 편세린(1997)과 석봉화(1997)은 용돈의 액수가 많을수록 소비지향적 태도의 경향이 크다고 하였으며 이남숙(1999)의 연구에서는 아르바이트 유무가 소비지향적 태도에 영향을 미치지 않는다고 하였다.

김정숙(1999)의 연구에서 대학생들은 물질주의와 과시소비 성향을 통하여 낮은 자아개념을 보상하려고 하는 경향을 가지고 있다고 하였고 편세린(1997)의 연구에서도 자아존중감이 낮을수록 과시소비 성향이 높아진다고 하였다. 생활수준인지도에서는 김혜인, 이승신

(2003), 김정숙(1999)의 연구에서 주관적 경제 수준이 과시소비 성향에 의미가 없는 것으로 나타났다. 또한 소비지향적 태도에 영향을 미치는 요인들을 선행연구를 중심으로 살펴보면 대학생소비자를 대상으로 한 이남숙(1999)의 연구에서는 소비자가 자신의 가계의 수준을 '상', '중'으로 인지하는 집단이 '하'로 인지하는 집단보다 소비지향적 태도가 높다고 하였다. 이와 같은 선행연구들을 보면 자아존중감이 낮은 소비자들은 보상의 심리로 물건을 구매할 가능성이 커지고 때문에 이는 소비지향적 태도에 중요한 영향을 미치는 변수임을 유추할 수 있다.

이남숙(1999)의 연구에서는 준거집단 영향력이 클수록 과시소비 성향이 높게 나타난다고 하였으며 소비자교육경험의 유무에서는 학교의 소비자교육경험이 청소년소비자의 과시소비 성향에 영향을 미친다는 연구 즉, 학교 소비자교육의 수준이 높은 집단이 과시소비 성향이 낮아진다는 연구결과(유두린, 박영미, 함현정, 2004; 이은희, 1999)가 있었다. 또한 김혜인, 이승신(2003)의 연구에서는 학교소비자교육이 높은 집단에서 과시소비 성향이 오히려 높은 것으로 나타나 상반된 결과를 보여주고 있다.

소비지향적 태도와 준거집단에 관한 선행연구를 보면 송인숙(1993)은 소비자는 타인에게 더욱 인정받기 위해 더 많은 부를 소유하도록 유도되기 때문에 이런 과정에서 소비자의 소비지향적 태도는 정적으로 강화된다고 하여 준거집단의 영향이 클수록 소비지향적 태도에 큰 영향을 미칠 것으로 판단된다.

부모의 양육태도와 소비성향에 관해 다룬 연구에서는 계선자(1997)의 연구에서 자녀의 소비행동은 부모의 지도와 소비행동에 영향을 받는다는 결과가 있었으며 부모의 배경변인을 보면 정지원(2003)은 가구주의 직업은 과시소비

성향에 영향을 미친다고 하였고 이은희(1999)의 연구에서도 어머니의 교육수준은 정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 그러나 김혜인, 이승신(2003)의 연구에서는 어머니의 학력과 취업유무는 과시소비 성향에 영향을 미치지 않아 상반된 연구결과를 보여주고 있다. 소비지향적 태도와 부모의 배경변인과의 관계를 살펴본 연구를 보면 이남숙(1999)의 연구에서는 어머니의 교육수준이 높을수록 소비지향적 태도가 높았으며 아버지의 직업이 없는 경우가 직업이 있는 경우보다 소비지향적 태도가 낮게 나타났다. 그러나 편세린(1997)의 연구에서는 어머니의 교육수준이나 아버지의 직업은 소비지향적 태도에 영향을 미치지 않아 상반된 연구결과를 보여주고 있다. 부모의 양육태도와 소비지향적 태도와의 관계를 다룬 연구는 거의 없는 실정이나 채정애(1983)는 합리적 양육태도를 갖고 있는 부모의 청소년은 불량품 발생 시 대처 방법에 합리적인 반면 비합리적 양육태도를 갖고 있는 부모의 청소년은 유명상표에 대한 선호도가 높고 불량품 발생 시 합리적 양육태도를 갖고 있는 부모의 자녀인 청소년에 비해 새로 물건을 구입하는 성향이 높은 것으로 나타났다.

III. 연구문제

1. 연구문제

본 연구의 구체적 목적은 다음과 같다.

첫째, 대학생 소비자의 소비지향적 태도와 과시소비 성향은 일반적으로 어떠한가?

둘째, 대학생 소비자의 소비지향적 태도와 과시소비 성향은 사회인구학적 변인,심리적 변인, 사회환경적 변인, 가정환경적 변인에 따라 차이가 있는가?

셋째, 대학생 소비자의 과시소비 성향은 소비 지향적 태도에 따라 차이가 있는가?

넷째, 대학생 소비자의 과시소비 성향에 영향을 미치는 변수들의 영향력은 어떠한가?

2. 용어의 정의

1) 소비지향적 태도

본 연구에서 소비지향적 태도는 물질주의 성향, 소비욕구충족의 시간지향, 소비집착적 경향, 소비 및 쇼핑선호 등의 개념을 포괄하는 것으로 화폐 및 물건을 소비하는 것에 대한 호의적이고 적극적인 성향으로 정의한다.

2) 과시소비 성향

본 연구에서는 과시소비란 타인에게 보이기 위한 모든 소비를 지칭한다는 전제아래 특히 지위의 획득이나 유지, 신분상승을 위한 목적으로 타인에게 자신의 부를 과시할 수 있는 제품이나 서비스를 구매하고 사용하는 것으로 정의한다.

3) 자아존중감

자아존중감은 총체적인 자아개념을 의미하는 것으로 자신에 대해 스스로 가치 있다고 느끼는 것을 말한다.

4) 준거집단영향력

준거집단 영향력은 한 개인이 소비자로서 역할을 수행하는 데 필요한 신념·태도·행동·지식 등을 형성하는 과정에서 중요한 영향을 미치는 요인으로 작용하는 집단으로 부모, 친구, 대중매체를 포함하는 것으로 이들의 영향력으로 정의한다.

5) 부모양육태도

부모의 양육태도란, 가정 내에서 부모가 자

녀의 성격, 태도, 행동, 가치체계 등의 형성에 영향을 미치는 양육태도이다. 이것의 하위영역으로 독립형, 합리형, 성취지향형, 방임형, 비일관형, 과투자형의 6가지로 분류하였다.

IV. 연구방법 및 절차

1. 조사도구의 구성

본 연구에서 조사도구로 사용한 질문지는 구조화된 자기기입식 설문지이며 이것은 조사 대상자의 사회인구학적 변인, 가정환경적 변인, 심리적 변인, 사회환경적 변인, 소비지향적 태도, 과시소비 성향을 측정하는 것으로 선행연구를 기초로 하여 대학생소비자의 소비 지향적 태도와 과시소비 성향에 영향을 미칠 것으로 예측되는 사회인구학적 변인으로 학년, 성별, 전공, 아르바이트유무, 월평균 용돈 액수의 5개 변인을 선정하였다.

또한 본 연구에서는 대학생의 소비지향적 태도와 과시소비 성향에 영향을 미칠 것으로 예측되는 심리적 변인으로 자아존중감과 생활수준인지도를 택하였다. 이 중 자아존중감 측정도구는 백경미(1995)에서 사용한 Roesnberg(1965)의 자아존중감 척도를 사용하였는데 총 10문항 중 문항의 신뢰도를 낮추는 2문항을 제외하고 8문항을 사용하였다($\alpha=.86$). 각 문항은 5점 Likert방식으로 점수가 높을수록 자아존중감이 높음을 뜻한다. 생활수준인지도는 대학생 소비자 자신이 가정의 생활수준에 대해 인지하는 정도로, 생활수준의 범위를 상·중·하로 나누고 이것을 또다시 각각 상·중·하로 나누어 총 9개의 범위로 세분화시켰다.

준거집단영향력의 측정척도는 편세린(1997)의 도구를 기초로 작성하였는데 이는 친구와의 소비에 관한 의사소통 정도를 측정하는 친구의 영향력을 측정하는 3문항, 소비에 관한

가족과의 의사소통 정도를 측정하는 8문항, 대중매체의 영향력을 측정하는 3문항으로 구성된 척도이다. 각 문항은 5점 Likert방식으로 점수가 높을수록 영향력을 많이 받고 있음을 뜻한다($\alpha=.88$). 소비자교육경험유무는 학교소비자교육을 받은 적이 있는지 경험을 물어보는 것으로 '있다' 또는 '없다'에 기입하도록 하였다.

이론적 고찰과 선행연구를 기초로 하여 대학생소비자의 소비지향적 태도와 과시소비 성향에 영향을 미칠 것으로 예측되는 가정환경적 변인으로 부모학력, 부모직업, 부모의 양육태도의 3개 변인을 선정하였는데 부모양육태도 척도는 Block의 자녀양육태도 조사연구와 관련된 채정애(1983), 계선자(1997), 이화림(2001)의 선행연구를 참고로 하여 자녀가 지각한 부모의 양육태도를 독립형, 합리형, 성취지향형, 방임형, 비일관형, 과투자형의 6가지 하위영역으로 나누었다. 각각의 문항은 5점 Likert방식으로 점수가 높을수록 각각의 성향에 가까운 것을 의미한다($\alpha=.66$) 소비지향적 태도 척도는 편세린(1997)의 연구를 기초로 하여 9문항으로 구성하였다. 각 문항은 5점 Likert방식으로 점수가 높을수록 소비지향적 태도가 높은 것임을 의미한다($\alpha=.86$). 과시소비 성향의 측정척도는 이미용(1991), 유명익(1993), 박은아(1994), 정지원(2003)의 척도를 기초로 하여 총 13문항으로 구성하였다. 각 문항은 5점 Likert방식으로 점수가 높을수록 과시소비 성향이 높은 것임을 의미한다.($\alpha=.87$)

2. 조사대상 및 자료수집

본 연구를 위해 서울에 소재한 4년제 대학교에 재학 중인 남녀 대학생을 대상으로 자기기입식 설문조사를 실시하였다. 예비조사를 거쳐 본 조사는 2005년 8월 1일부터 8월 9일까지

실시하였다. 서울의 A대학교, B대학교, C대학교, D대학교, E여자대학교, G여자대학교. H여자대학교를 선정하여 각 대학의 대학생을 대상으로 표본 추출하였으며 질문지는 총 500부가 배포되었고 부실기재와 누락된 것을 제외한 421부를 본 연구의 최종 분석 자료로 이용하였다. 자료의 처리는 SPSS 12.0을 이용하였으며, 신뢰계수(Cronbach' α), Pearson의 적률상관계수, VIF(Variance Inflation Factor), 빈도, 백분율, 평균, 표준편차 등을 구하고, t-test, 일원분산분석(ANOVA), 집단 간 사후검정(Duncan's Multiple Range Test), 중회귀분석(Multiple Regression)등을 실시하였다.

V. 연구결과 및 해석

1. 대학생의 일반적 특성

1) 대학생의 일반적 특성

대학생의 일반적 특성은 <표 1>과 같다.

대학생의 자아존중감은 5점 만점에 3.95점으로 나타났으며 생활수준인지에 대해서는 본인의 가정의 생활수준이 '상'이라고 응답한 조사대상자가 19.2%로 나타났고 '중'이라고 응답한 조사대상자는 66.2%로 나타났으며 '하'라고 응답한 비율은 14.5%로 나타났다. 따라서 대학생 소비자들은 자신의 가정의 생활수준을 대부분 '중'으로 인지하는 것으로 나타났다.

준거집단영향력의 하위영역을 살펴본 결과 친구의 영향을 받는 정도는 5점 만점에 2.84점, 가족의 영향을 받는 정도는 2.67점, 대중매체의 영향을 받는 정도는 3.14점으로 나타나 대학생이 가장 영향을 많이 받는 것은 대중매체임을 알 수 있다.

소비자교육경험의 유무는 조사대상자 가운데 '있다'가 15.9%, '없다'가 84.1%로 나타났

다. 이것으로 보아 현재 대학생들은 소비자교육을 한 번도 받지 못한 학생이 대다수인 것을 알 수 있다.

대학생이 응답한 부모양육 태도 중 독립형, 합리형, 성취지향형은 5점 만점에 3.87점, 3.59점, 3.50점으로 높게 나타났고 방임형과 비일

〈표 1〉 대학생의 일반적 특성
(N=421, 5점 만점)

변인	구분	빈도	퍼센트	
성별	남	180	42.8	
	여	241	57.2	
학년	1	78	18.5	
	2	89	21.1	
	3	93	22.1	
	4	161	38.2	
전공	인문사회계열	202	48.0	
	자연이공계열	146	34.7	
	예체능계열 및 기타	73	17.3	
아르바이트 여부	한다	140	33.3	
	안한다	281	66.7	
월평균 용돈 액수	20만원 미만	28	6.7	
	20만원 이상 - 40만원 미만	205	48.7	
	40만원 이상 - 60만원 미만	111	26.4	
	60만원 이상	77	18.3	
생활수준 인지도	상	81	19.2	
	중	279	66.3	
	하	61	14.5	
소비자교육 경험유무	있다	67	15.9	
	없다	354	84.1	
부모학력	부	고졸이하	106	25.2
		전문대졸 이상 - 대졸 이하	221	52.5
		대학원 졸 이상	94	22.3
	모	고졸이하	161	38.2
		전문대졸 이상 - 대졸 이하	220	52.3
		대학원 졸 이상	40	9.5
부모직업	부	전문직	117	27.8
		경영관리직	103	24.5
		사무직	58	13.8
		자영상공직	98	23.3
		생산·기능 및 기타	45	10.7
	모	전업	256	60.8
		취업	165	39.2

변인		평균	표준편차
자아존중감		3.95	.59
준거집단 영향력	친구영향	2.84	.82
	가족영향	2.67	.78
	대중매체영향	3.14	.96
부모양육 태도	독립형	3.87	.67
	합리형	3.59	.73
	성취지향형	3.50	.65
	방임형	2.84	.88
	비일관형	2.37	.70
과투자형	2.50	.86	

관형, 과투자형은 2.84점, 2.37점, 2.50점으로 각각 나타났다. 따라서 대학생 소비자 부모의 부모양육태도는 대체로 긍정적임을 알 수 있다. 모의 취업여부를 살펴본 결과 어머니가 전업주부인 경우는 60.8%, 취업 주부인 경우는 39.2%로 어머니가 직업을 갖지 않은 비율이 높았다.

2. 대학생의 소비지향적 태도 및 과시소비 성향의 일반적 성향

대학생의 소비지향적 태도 및 과시소비 성향의 일반적 성향은 <표 2>와 같다.

대학생의 소비지향적 태도는 5점 만점에 2.7점으로 나타났으며, 과시소비 성향은 3.15점으로 나타났다. 따라서 대학생의 과시소비 성향은 중간보다 약간 높은 수준임을 알 수 있어 이는 심각한 수준은 아니지만 어른들의 물질주의 사상이 어느 정도 대학생들에게도 반영된 결과라고 생각된다.

〈표 2〉 대학생의 소비지향적 태도 및 과시소비 성향의 일반적 경향

(5점 만점)		
변인	평균	표준편차
소비지향적 태도	2.71	.67
과시소비 성향	3.15	.62

3. 대학생의 배경변인에 따른 소비지향적 태도

1) 대학생의 사회인구학적 변인에 따른 소비지향적 태도

사회인구학적 변인인 성별, 학년, 전공, 아르바이트유무, 월평균용돈액수에 따른 소비지향적 태도의 차이를 검증한 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3> 대학생의 사회인구학적 변인에 따른 소비지향적 태도

변인	구분	N	소비지향적 태도		
			M	SD	D
성별	남	180	2.63	.68	
	여	241	2.77	.67	
t값			-2.13*		
학년	1	78	2.73	.77	
	2	69	2.80	.69	
	3	93	2.71	.63	
	4	161	2.64	.64	
F값			1.07		
전공	인문사회계열	202	2.68	.69	
	자연이공계열	146	2.69	.65	
	예체능 및 기타	73	2.82	.69	
F값			1.16		
아르바이트 유무	한다	140	2.66	.72	
	안한다	281	2.73	.65	
t값			-.98		
월평균 용돈 액수	20만원 미만	28	2.47	.75	A
	20만원 이상-40만원 미만	205	2.68	.62	AB
	40만원 이상-60만원 미만	111	2.91	.69	AB
	60만원 미만	77	2.71	.73	B
	60만원 이상				
F값			3.71*		

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

※ D : Duncan's Multiple Ranges Test

대학생 소비자의 소비지향적 태도를 사회인

구학적 변인별로 살펴본 결과 성별(p<.05), 월평균용돈(p<.05)에서 유의한 차이를 보였다. 즉 남자대학생보다 여자대학생이 소비지향적 태도 수준이 높았다. 또한 월평균용돈에서는 20만원 미만인 집단보다 60만원 이상인 집단이 소비지향적 태도가 높았다. 월평균용돈의 액수에서는 석봉화(1997), 편세린(1997), 이남숙(1999)의 연구결과와 일치했다.

위와 같은 결과는 적절한 수준의 용돈은 대학생들의 건전한 소비문화를 조성하고 사회흐름을 알게 하는 수단이 되지만 너무 많은 용돈은 무절제한 소비를 조장한다고 볼 수 있다.

2) 대학생의 심리적 변인에 따른 소비지향적 태도

심리적 변인인 자아존중감, 생활수준인지도에 따른 소비지향적 태도의 차이를 검증한 결과는 <표 4>와 같다. 소비지향적 태도를 심리

<표 4> 대학생의 심리적 변인에 따른 소비지향적 태도

변인	구분	N	소비지향적 태도		
			M	SD	D
자아존중감	상	147	2.52	.68	A
	중	158	2.72	.62	B
	하	116	2.92	.69	C
F값			11.58***		
생활수준인지도	상	81	2.85	.77	
	중	279	2.68	.64	
	하	61	2.65	.71	
F값			2.30		

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

※ D : Duncan's Multiple Ranges Test

※ 자아존중감의 성향을 알아보기 위한 분류방법은 다음과 같다.

상 : M+1/2SD 이상

중 : M-1/2SD ~ M+1/2SD

하 : M-1/2SD 이하

적 변인으로 살펴본 결과 자아존중감($p<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 즉 자아존중감이 낮을수록 소비지향적 태도 수준이 높게 나타났다. 자아존중감이 낮은 대학생은 소비를 함으로써 낮은 자아존중감을 보상하려는 보상심리 때문인 것으로 예측할 수 있으며 생활수준과 소비지향적 태도는 정적(+) 상관관계를 보인다는 편세린(1997)의 연구결과와 상반되는 결과이다.

3) 대학생의 사회환경적 변인에 따른 소비지향적 태도

사회환경적 변인인 준거집단영향력, 소비자교육경험 유무에 따른 소비지향적 태도의 차이를 검증한 결과는 <표 5>과 같다.

<표 5> 대학생의 사회환경적 변인에 따른 소비지향적 태도

변인	구분	N	소비지향적 태도			
			M	SD	D	
준거집단영향력	친구영향	상	147	3.09	.63	A
		중	184	2.55	.58	B
		하	90	2.42	.66	B
	F값			43.78***		
가족영향	상	127	2.93	.73	A	
		중	154	2.67	.59	B
		하	140	2.55	.66	B
	F값			11.49***		
대중매체영향	상	115	3.09	.61	A	
		중	190	2.74	.60	B
		하	116	2.28	.60	C
	F값			51.42***		
소비자교육경험 유무	있다	67	2.70	.67		
	없다	354	2.71	.68		
t값			-.048			

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

※ D : Duncan's Multiple Ranges Test

※ 준거집단영향력의 성향을 알아보기 위한 분류방법은 다음과 같다.

상 : $M+1/2SD$ 이상

중 : $M-1/2SD \sim M+1/2SD$

하 : $M-1/2SD$ 이하

소비지향적 태도를 사회환경적 변인으로 살펴본 결과 친구영향력이 높을수록 대중매체의 영향이 높을수록 소비지향적 태도 수준이 높게 나타났다. 또한 가족의 영향이 '중', '하'인 집단 보다 '상'인 집단에서 소비지향적 태도가 높았다. 따라서 소비지향적 태도를 설명하는데 있어 준거집단의 영향력은 친구, 가족, 대중매체영향 이 세 영역 모두가 중요한 변인임을 알 수 있다. 그러나 소비자교육경험의 유무에 따라서는 소비지향적 태도에 차이가 없었다.

4) 대학생의 가정환경적 변인에 따른 소비지향적 태도

가정환경적 변인인 부모의 학력, 부의 직업, 모의 취업여부, 부모의 양육태도에 따른 소비지향적 태도의 차이를 검증한 결과는 <표 6>과 같다. 소비지향적 태도를 가정환경적 변인으로 살펴본 결과 부모의 학력, 부의 직업, 모의 취업여부에서 유의한 차이를 나타내지 않았으며 부모의 양육태도의 하위영역인 독립형($p<.001$), 합리형($p<.05$), 비일관형($p<.001$), 과투자형($p<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 즉 부모의 양육태도가 독립적인 성향일수록 소비지향적 태도의 성향이 낮았으며, 부모의 양육태도가 비일관적인 성향과 과투자적인 성향이 높을수록 소비지향적 태도의 성향이 높았다. 또한 부모의 양육태도가 합리적인 성향인 자녀의 집단에서 '상'인 집단이 '중', '하'인 집단보다 소비지향적 태도의 성향이 낮게 나타났다. 따라서 대학생 소비자의 소비태도는 부모양육태도의 영향을 많이 받는 것으로 나타났으며 특히 부정적인 양육태도는 자녀에게 소비지향적인 태도의 성향을 높게 하였으며 긍정적인 양육태도는 자녀로 하여금 소비지향적인 태도의 성향을 낮게 하는 것으로 나타났다.

〈표 6〉 대학생의 가정환경적 변인에 따른 소비지향적 태도

변인	구분	N	소비지향적 태도			
			M	SD	D	
부모학력	부	고졸이하	106	2.59	.65	
		전문대-대졸	221	2.76	.68	
		대학원 졸 이상	94	2.70	.68	
	F값			2.26		
	모	고졸이하	161	2.66	.68	
		전문대-대졸	220	2.77	.64	
대학원 졸 이상		40	2.54	.78		
F값			2.69			
부모직업	부	전문직	117	2.74	.69	
		경영관리직	103	2.73	.70	
		사무직	58	2.67	.62	
		자영업·공인	98	2.73	.61	
		생산·기능직 및 기타	45	2.55	.77	
	F값			.75		
	모	취업	256	2.69	.66	
		전업	165	2.74	.70	
	t값			-.82		
	독립형	상	122	2.53	.65	A
중		187	2.71	.64	B	
하		112	2.90	.71	C	
F값			9.09***			
합리형		상	177	2.61	.68	A
		중	112	2.80	.69	B
	하	132	2.77	.64	B	
F값			3.52*			
부모양육태도	성취지향형	상	117	2.69	.68	
		중	178	2.74	.65	
		하	126	2.68	.71	
	F값			.39		
방입형	상	126	2.68	.677		
	중하	195	2.72	.65		
F값			.19			
비일관형	상	106	2.98	.73	A	
	중	233	2.68	.61	B	
	하	82	2.42	.64	C	
	F값			17.33***		
과투자형	상	104	3.03	.65	A	
	중	161	2.69	.60	B	
	하	156	2.51	.68	C	
	F값			20.77***		

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

※ D : Duncan's Multiple Ranges Test

※ 부모양육태도의 성향을 알아보기 위한 분류방법은 다음과 같다.

상 : M+1/2SD 이상, 중 : M-1/2SD ~ M+1/2SD, 하 : M-1/2SD 이하

4. 대학생의 배경변인에 따른 과시소비 성향

1) 대학생의 사회인구학적 변인에 따른 과시소비 성향

사회인구학적 변인인 성별, 학년, 전공, 아르바이트유무, 월평균용돈액수에 따른 과시소비 성향의 차이를 검증한 결과는 <표 7>와 같다. 대학생의 과시소비 성향을 사회인구학

〈표 7〉 대학생의 사회인구학적 변인에 따른 과시소비 성향

변인	구분	N	과시소비 성향		
			M	SD	D
성별	남	180	3.07	.67	
	여	241	3.20	.58	
t값			-2.12*		
학년	1	78	3.19	.64	
	2	69	3.17	.66	
	3	93	3.28	.52	
	4	161	3.03	.63	
F값			3.35		
전공	인문사회계열	202	3.19	.61	
	자연이공계열	146	3.09	.59	
	예체능 및 기타	73	3.14	.70	
	F값			1.18	
아르바이트유무	한다	140	3.05	.62	
	안한다	281	3.20	.62	
t값			-2.32*		
월평균용돈액수	20만원 미만				
	20만원 이상-	28	2.86	.54	A
	40만원 미만	205	3.01	.58	B
	40만원 이상-	111	3.13	.66	B
	60만원 미만	77	3.29	.66	B
	60만원 이상				
F값			3.36*		

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

※D : Duncan's Multiple Ranges Test

적 변인별로 살펴본 결과 성별($p<.05$), 아르바이트유무($p<.05$), 월평균용돈액수($p<.05$)에서 유의한 차이를 보였다. 즉 남자대학생보다 여자대학생이, 아르바이트를 하는 대학생보다 안하고 있는 대학생이 과시소비 성향 수준이 높게 나타났다. 성별에 따른 차이는 이남숙(1999), 김혜인, 이승신(2003)의 연구결과와 일치하는 결과이다. 월평균 용돈액수에서는 던컨의 사후검정결과 20만원 미만인 집단보다 그 이상의 월평균 용돈액수인 집단에서 과시소비 성향이 큰 것으로 나타났다.

2) 대학생의 심리적 변인에 따른 과시소비 성향
심리적 변인인 자아존중감, 생활수준인지도에 따른 과시소비 성향의 차이를 검증한 결과는 <표 8>과 같다.

<표 8> 대학생의 심리적 변인에 따른 과시소비 성향

변인	구분	N	과시소비 성향		
			M	SD	D
자아존중감	상	147	3.14	.65	
	중	158	3.16	.59	
	하	116	3.13	.62	
F값			.036		
생활수준인지도	상	81	3.45	.64	A
	중	279	3.10	.60	B
	하	61	2.98	.61	B
F값			13.35***		

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

※ D : Duncan's Multiple Ranges Test

※ 자아존중감의 성향을 알아보기 위한 분류방법은 다음과 같다.

상 : $M+1/2SD$ 이상

중 : $M-1/2SD \sim M+1/2SD$

하 : $M-1/2SD$ 이하

과시소비 성향을 심리적 변인으로 살펴본 결과 생활수준인지도($p<.001$)에서 유의한 차

이를 보였다. 즉 생활수준을 '상'으로 인지하고 있는 집단이 '중', '하'로 인지하고 있는 집단보다 과시소비 성향이 높았다. 이는 생활수준을 극상으로 인지하고 있는 경우 명품 등의 소비로 남들과 달리 보이려고 하는 심리때문인 것으로 사료된다.

자아존중감은 과시소비 성향에 유의한 차이를 나타내지 않아 편세린(1997), 이은희(1999)와 상반된 연구결과를 보였다.

3) 대학생의 사회환경적 변인에 따른 과시소비 성향

사회환경적 변인인 준거집단영향력, 소비자교육경험유무에 따른 과시소비 성향의 차이를

<표 9> 대학생의 사회환경적 변인에 따른 과시소비 성향

변인	구분	N	과시소비 성향		
			M	SD	D
친구영향	상	147	3.56	.46	A
	중	184	3.01	.57	B
	하	90	2.75	.58	C
F값			72.86***		
가족영향	상	127	3.37	.54	A
	중	154	3.16	.61	B
	하	140	2.93	.62	C
F값			18.15***		
대중매체영향	상	115	3.54	.51	A
	중	190	3.17	.52	B
	하	116	2.71	.59	C
F값			67.91***		
소비자교육경험 유무	있다	67	3.15	.62	
	없다	354	3.14	.62	
t값			.091		

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

※ D : Duncan's Multiple Ranges Test

※ 준거집단영향력의 성향을 알아보기 위한 분류방법은 다음과 같다.

상 : $M+1/2SD$ 이상

중 : $M-1/2SD \sim M+1/2SD$

하 : $M-1/2SD$ 이하

검증한 결과는 <표 9>와 같다. 과시소비 성향을 사회환경적 변인으로 살펴본 결과 준거집단영향력의 하위영역인 친구영향, 가족영향, 대중매체영향 세 영역 모두에서(p<.001) 유의한 차이를 보였다. 즉 친구영향, 가족영향, 대중매체영향을 많이 받을수록 과시소비 성향의 수준이 높게 나타났다. 이는 대부분의 연구결과(유두련, 박영미, 함현정, 2004; 이은희, 1999; 이영희, 2000)와 같은 결과이다. 또한 소비자 교육 경험 유무에서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 이는 학교 소비자 교육의 영향을 많이 받는 집단일수록 과시소비 성향이 낮았다는 이은희(1999), 유두련, 박영미, 함현정(2004)의 연구결과와 상반된 결과이다.

4. 대학생의 가정환경적 변인에 따른 과시소비 성향

가정환경적 변인인 부모학력, 부의 직업, 모의 취업여부, 부모양육태도에 따른 과시소비 성향의 차이를 검증한 결과는 <표 10>와 같다. 과시소비 성향을 가정환경적 변인으로 살펴본 결과 부모의 학력, 부의 직업, 모의 취업여부 즉 부모의 배경요인에 따른 과시소비 성향에는 유의한 차이가 나타나지 않았으며 부모양육태도의 하위영역 중 비일관형(p<.001), 과투자형(p<.001)에서 유의한 차이를 보였다. 즉 부모의 양육태도가 비일관형, 과투자형인 성향일수록 대학생의 과시소비 성향 수준이 높게 나타났다. 이 중 부모의 비일관적인 양육태도와 과투자적인 성향은 자녀로 하여금 비합리적인 소비성향을 갖게 하는 것으로 예측할 수 있다.

5. 대학생의 소비지향적 태도에 따른 과시소비 성향

소비지향적 태도에 따른 과시소비 성향의

<표 10> 대학생의 가정환경적 변인에 따른 과시소비 성향

변인	구분	N	과시소비 성향		
			M	SD	D
부모학력	부	고졸이하	106	3.08	.58
		전문대졸 이상-대졸	221	3.13	.60
		이하	94	3.27	.69
	F값			2.41	
모	고졸이하	161	3.08	.59	
	전문대졸 이상-대졸	220	3.20	.61	
	이하	40	3.11	.76	
F값			2.10		
부모직업	부	전문직	117	3.20	.69
		경영관리직	103	3.19	.62
		사무직	58	3.13	.58
		자영상공인	98	3.13	.56
		생산·기능직 및 기타	45	2.95	.61
F값			1.49		
모	취업	256	3.11	.63	
	전업	165	3.20	.61	
t값			-1.30		
독립형	상	122	3.14	.64	
	중	187	3.16	.62	
	하	112	3.13	.60	
F값			.15		
합리형	상	177	3.11	.63	
	중	112	3.23	.61	
	하	132	3.12	.61	
F값			1.43		
성취지향형	상	117	3.20	.64	
	중	178	3.17	.60	
	하	126	3.06	.62	
F값			1.87		
방임형	상	126	3.19	.65	
	중	195	3.14	.62	
	하	100	3.11	.59	
F값			.50		
비일관형	상	106	3.33	.61	
	중	233	3.13	.58	
	하	82	2.96	.68	
F값			8.39***		
과투자형	상	104	3.47	.59	
	중	161	3.13	.55	
	하	156	2.95	.62	
F값			24.22**		

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

※ D : Duncan's Multiple Ranges Test

※ 부모양육태도의 성향을 알아보기 위한 분류방법은 다음과 같다.

상 : M+1/2SD 이상, 중 : M-1/2SD ~ M+1/2SD,

하 : M-1/2SD 이하

차이를 검증한 결과는 <표 11>와 같다.

(표 11) 대학생의 소비지향적 태도에 따른 과시소비 성향

변인	구분	N	과시소비 성향		
			M	SD	D
소비지향적 태도	상	118	3.50	.53	A
	중	171	3.21	.47	B
	하	132	2.75	.64	C
F값			59.87***		

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

※ D : Duncan's Multiple Ranges Test

※ 소비지향적 태도의 성향을 알아보기 위한 분류방법은 다음과 같다.

상 : M+1/2SD 이상

중 : M-1/2SD ~ M+1/2SD

하 : M-1/2SD 이하

소비지향적 태도에 따른 과시소비 성향을 살펴본 결과 소비지향적 태도는 p<.001수준에서 유의한 차이를 나타내었다. 즉 소비지향적 태도의 성향이 높은 집단일수록 과시소비 성향이 높았다. 이는 소비지향적 태도와 과시소비 성향의 관계를 다룬 대부분의 연구(석봉화, 1997; 편세린, 1997; 이남숙, 1999)와 일치하는 결과이다.

6. 대학생의 과시소비 성향에 영향을 미치는 변인들의 영향력

과시소비 성향에 대한 영향력은 준거집단 영향력 중 친구의 영향($\beta=.211$), 소비지향적 태도($\beta=.224$), 준거집단영향력 중 대중매체의 영향($\beta=.152$), 부모양육태도 중 과투자형($\beta=.075$), 부모양육태도 중 비밀관형($\beta=.071$), 아르바이트유무($\beta=-.095$)의 순으로 나타났다. 즉 준거집단영향력 중 친구의 영향이 클수록, 소비지향적 태도의 성향이 높을수록, 준거집

단영향력 중 대중매체의 영향이 클수록, 부모양육태도 중 과투자적인 성향이 높을수록, 부모양육태도 중 비밀관적인 성향이 높을수록 아르바이트를 하고 있는 학생보다 하지 않고 있는 학생의 과시소비 성향이 높았다. 이들 7개 변인들의 설명력은 48.3%였다.

(표 12) 대학생의 과시소비 성향에 영향을 미치는 변인들의 영향력

독립변인	종속변인	
	B	β
준거집단영향력-친구영향	.21	.28***
소비지향적 태도	.22	.24***
준거집단영향력-대중매체영향	.15	.24***
부모양육태도-과투자형	.08	.11**
부모양육태도-비밀관형	.07	.08*
아르바이트 유무	-.10	-.07*
F값 및 유의도	55.20***	
R ²	.48	
Adjusted R ²	.47	

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

· 아르바이트 유무 : 기준-안한다, 비교-한다

VI. 결론 및 제언

본 연구결과를 토대로 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 현재 대학생의 소비지향적 태도는 5점 만점에 2.71이었으며 과시소비 성향은 3.15점이었다. 이는 매우 심각한 수준은 아니지만 어른들의 물질만능주의 사상이 어느 정도 대학생에게도 반영된 결과라고 사료된다. 따라서 대학생에게 올바른 소비문화를 위한 가치관 교육이 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 과시소비 성향에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 친구의 영향인 것으로 나타났으며 대중매체와 가족도 과시소비 성향과 소비지향적 태도에 영향을 미치는 준거집단인 것으로 나타났다. 이것으로 보아 대학생들은 특

히 친구를 통해 소비자사회화 과정을 학습하고 있는 것으로 사료된다. 그러므로 소비자교육은 개인적인 차원에서뿐만 아니라 또래 집단을 대상으로 하는 것이 효과적일 것이다. 그리고 언론에서는 상업주의에서 탈피하여 머지않은 미래에 성인이 될 대학생 소비자에게 올바른 가치관을 심어줄 수 있고 선택의 기회와 정보를 전달할 수 있는 건전한 매체로서의 역할을 해야 할 것이다. 또한 공정거래위원회와 같은 감시기관에서도 보다 엄격한 규율 하에 비합리적인 소비를 조장하는 광고 등을 감시해야 할 것이다.

셋째, 생활수준인지도는 과시소비 성향에 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 즉 생활수준인지를 높게 할수록 과시소비 성향이 높았다. 심리적인 경제복지감이 높은 대학생이 솔선하여 합리적인 소비를 하려는 스스로의 노력과 다른 동료들의 모범적인 모델이 될 수 있도록 대학생 소비자의 가치관 교육이 필요하다고 사료된다.

넷째, 용돈액수가 많을수록, 남학생보다는 여학생에게서, 아르바이트를 하는 학생보다 하지 않고 있는 대학생의 과시소비 성향과 소비지향적 태도의 성향이 높게 나타났다. 우리나라 대학생들은 대다수가 대학생이 되면서 아르바이트를 경험하게 되고 이러한 경험이 돈의 가치와 소중함을 알게 되는 기회인 것으로 사료된다. 따라서 대학생의 건전한 아르바이트는 사회경험을 미리 해본다는 차원뿐만 아니라 본인의 노력 없이 부모로부터 받았던 용돈과는 달리 돈의 가치를 알게 하는 좋은 경험이 될 것으로 사료된다. 또한 적절한 수준의 용돈은 소비경험을 해 볼 수 있는 좋은 경험이 되지만 지나치게 많은 용돈은 오히려 합리적인 소비를 저해하는 것으로 나타난 본 연구결과에 기초하여 '대학생의 적절한 용돈액수'에 대한 가이드라인 제시가 필요하다고 사

료된다.

다섯째, 부모양육태도 중 부정적인 부모양육태도인 비밀관행과 과투자형의 성향이 높은 부모를 가진 대학생일수록 과시소비성향과 소비지향적 태도의 성향이 높게 나타났다. 따라서 부모의 양육태도는 자녀가 바르고 현명하게 소비를 할 수 있도록 한다고 말할 수 있겠다.

여섯째, 소비지향적 태도는 과시소비 성향과 유의미한 관계가 있었다. 즉 소비지향적 태도의 성향이 높은 대학생이 과시소비 성향이 높은 것으로 나타났다. 가치와 태도는 행동으로 반영되는 결과를 낳으므로 이는 가장 기본바탕이 되는 가치관 교육의 필요성을 시사한다. 단순히 경제와 소비요령만을 전달하는 정보에 치우친 소비자교육프로그램보다는 소비에 대한 올바른 가치관과 그 의미 그리고 건전한 소비문화의 필요성에 대한 가치관 교육이 필요할 것으로 사료된다.

이상과 같은 연구결과를 토대로 제언을 하면 다음과 같다.

인구비중이 점차 증가하고 소비력이 점차 높아지고 있는 대학생들을 대상으로 체계적이고 심도 깊은 소비자교육프로그램이 개발되어야 할 것이고 가정과 학교 그리고 국가의 차원에서 체계적으로 대학생소비교육프로그램을 실시하여 대학생소비자의 합리적이고 건전한 소비문화가 정착 될 수 있도록 종합적인 교육 프로그램이 마련되어야 할 것이다.

【참 고 문 헌】

- 1) 국민은행 연구소(2002). 20대의 소비 및 금융이용 행태. 조사보고서.
- 2) 김영신(1991). 소비자문제의 유형별 경험에 관한 연구. 서울대 대학원 박사학위논문.
- 3) 김인숙, 정용선(1995). 세대별 소비지향태도와 소비자역할수행에 관한 연구. 대한가

- 정학회지 33(5), 39-49.
- 4) 김정숙(1999). 대학생의 과시소비 성향과 관련요인. 소비문화연구. 2(2), 43-65.
 - 5) 김정훈(1993). 남녀 대학생들의 금전관리 관련행태와 인식. 소비생활연구. 제11호, 43-54.
 - 6) 김혜인, 이승신(2003). 청소년소비자의 과시소비 성향에 관한 연구. 대한가정학회지 4(7), 145-156.
 - 7) 계선자(1997). 청소년의 자아정체감과 과시소비성향에 관한 연구. 숙명여대 생활과학연구지. 제 12권. 23-32.
 - 8) 박은아(1994). 자기존중감, 사회적 인정 요구, 돈에 대한 태도에 따른 현시적 소비. 고려대 대학원. 석사학위논문.
 - 9) 백경미(1995). 도시주부의 과시소비 성향과 영향요인. 서울대 대학원 박사학위논문.
 - 10) 석봉화(1997). 청소년 소비자의 물질주의 가치와 소비지향적 태도가 과시소비성향에 미치는 영향. 울산대 교육대학원.
 - 11) 손상희(1996). 남녀대학생들의 소비문화행태. 대전대학교 생활과학 연구소논문집 제 5권. 23-37.
 - 12) 송인숙(1993). 소비자의 중독구매성향 및 영향요인. 서울대 대학원 박사학위논문.
 - 13) 안영희, 박명숙(2000). 청소년의 과시소비 성향과 관련변수. 한국가정과교육학회지 12(1), 21-32.
 - 14) 유두련, 박영미, 함현정(2004). 중·고등학생의 과시소비 성향에 관한 연구. 소비문화연구 7(1), 23-45.
 - 15) 유명희(1993). 의복의 과시적 소비현상과 사회계층과의 관계 연구. 전남대 대학원 박사학위논문.
 - 16) 이남숙(1999). 대학생의 과시소비 성향에 관한 연구. 국민대 대학원 석사학위논문.
 - 17) 이미용(1991). 과시소비 영향요인 분석. 숙명여대. 석사학위논문.
 - 18) 이영희(2000). 청소년소비자의 과시소비 성향에 관한 관련 변인 연구. 숙명여대 교육대학원.
 - 19) 이은희(1999). 청소년 소비자의 과시소비 성향과 관련요인 -인천광역시를 중심으로-. 한국가정관리학회지 17(1), 15-32.
 - 20) 이화림(2001). 부모 양육태도와 중·고등학생의 자아정체감의 관계. 서강대 교육대학원.
 - 21) 정지원(2003). 물질주의성향과 과시소비 성향이 수입명품선호도에 미치는 효과; 대학생 소비자를 중심으로. 이화여대 대학원 석사학위논문.
 - 22) 채정애(1983). 청소년의 용돈관리와 어머니의 자녀양육 태도와의 상관관계 연구. 이화여대 교육대학원.
 - 23) 편세린(1997). 청소년의 소비지향적 태도와 과시소비 성향에 관한 연구. 서울대 대학원 석사학위논문.
 - 24) Faber & O'Guinn(1989). Theoretical and Empirical Analysis. Journal of Consumer Research 15, 599-609.
 - 25) Mammen and Whan(1987). Family Conspicuous Consumption and Its Determinants, American Council on Consumer Interests : 318.
 - 26) Churchill, G.A. & Mochis, G.P. (1979). Television and Interpersonal Influences on Adolescent Consumer Learning, Journal of Consumer Research Vol. 6, 23-35.
 - 27) Rosenberg, M. (1965). Society and the Adolescent Self-Image. New Jersey : Princeton University Press.
 - 28) Veblen, T(1934). The Theory of the Leisure Class, Modern Library Inc.

(2006년 4월 15일 접수, 2006년 5월 18일 채택)