

한미 대학생 소비자의 충동구매성향 비교연구 : 자기조절학습과 자기조절소비를 중심으로

황진주* · 이은배**

A Cross Cultural Study of Self-Regulation and Impulsive Buying of College Students from South Korea and United States

Jinjoo Hwang* · Eunbae Lee**

■ Abstract ■

The purpose of this study is to compare the impulsive purchasing tendency of Korean and U.S. college students. In particular, the study examined the effects of self-regulated learning and self-regulated consumption on college students' impulsive buying tendency. A total of 680 valid samples were obtained from online self-reported surveys in Korea and the United States. Both self-regulated learning and self-regulated consumption (self-control and self-supervision) were higher in US college students than Korean students. Self-regulated learning did not influence impulsive purchasing tendency. However, the impulsive purchasing tendency increased as the level of self-supervision among self-regulated consumption decreased. When purchases were made in stores, impulsive purchasing tendency increased in both South Korea and the US. Therefore, it is necessary to make efforts to decrease the impulsive purchasing tendency by fostering self-regulated consumption capacity of college students through consumer education.

Keyword : Self-Regulation, Impulsive Buying, College Students, Cross-Cultural, Self-Regulated Consumption, Self-Regulated Learning

1. 서 론

정보통신기술의 발달로 대학생의 소비생활과 학습에 더욱 많은 자극이 부여되고 있다. 고도화된 소비자사회에서 대학생 소비자는 언제 어디서나 구매할 수 있는 모바일 환경과 다양한 마케팅 판촉을 통해 충동구매를 자극하는 상황에 일상적으로 노출된다(김완석, 유연재, 2015). 소비 측면에서는 스마트폰을 이용한 온라인 구매와 결제가 가능해져 소비의 문턱이 낮아졌다. 학습 측면에서는 학생들이 공개교육자원(OER), MOOC, YouTube 등 다양한 매체를 통해 무료 교육 콘텐츠를 접할 수 있어 자기조절학습의 중요성이 더욱 부각되고 있다(차현진, 박태정, 2013). 따라서, 효율적 학습과 합리적 소비생활 실천을 위하여 대학생은 자기조절 역량을 함양하는 것이 필요하다.

대학생 소비자는 중·고등학생 때와 비교하여 더 자율적으로 소비할 수 있는 상황에 처하게 되므로 예전보다 더욱 자신의 소비를 주도적으로 조절할 수 있어야 한다. 특히 소비자 사회화 관점에서 대학생이 성인소비자의 바로 전 단계라는 점을 고려한다면 대학생 시절의 소비행태는 그 이후 생애주기 동안 소비주체로서의 삶에 영향을 끼치므로 그 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않다.

대학생이 경험하는 학습 환경 역시, 입시 위주의 통제적, 수동적인 중고등학생 때와 비교하여 개인의 자율성과 선택권을 더욱 존중받는다. 변화된 학습 환경에서 부모나 교사의 통제로부터 독립하여 자신에게 알맞은 학습방법을 구축하여 활용할 수 있는 자기조절학습 능력이 필요한 시기라고 할 수 있다(김지혜, 2014).

이와 같이 대학생이 되면 학습이나 소비생활 면에서 자율적인 상황에 놓이는 반면, 스스로 자신의 학습과 소비를 계획하고, 통제하는 것에 대한 경험과 이해가 부족하다. 본 연구에서는 자기조절 개념이 어떻게 대학생의 소비와 학습에 나타나는지 탐색하고, 자기조절학습과 자기조절소비가 소비자의 충동구매성향에 끼치는 영향에 대하여 설명한다. 이러한 연구결과를 바탕으로 대학생 소비

자의 자기조절소비능력을 향상시키고 충동구매성향을 저감하는 실천적 방안을 모색한다.

2. 이론적 배경

2.1 자기조절

자기조절은 자신이 정한 목표에 도달하기 위해 자신의 사고, 감정, 행동을 계획하고 통제하는 것을 통합적으로 일컫는다(Baumeister and Vohs, 2004). 먼저 목표를 수립하고 그 목표를 달성하기 위한 실천방안을 계획하고, 자신의 행위를 통제, 평가 및 성찰하여 그 결과를 다음 계획에 환류한다(Bandura, 1991). 따라서 본 연구에서는 자기조절을 자기에 대한 이해를 기반으로 목표 달성을 위해 자신을 통제하는 주제적, 인지적, 실천적 과정으로 정의한다. OECD에서 선정한 개인의 행복과 사회의 번영을 위한 미래 핵심 역량으로 자기이해, 자기조절과 관리, 메타인지, 공동체 안에서의 자율성이 강조되고 있는 것에 비추어 보아 대학생의 소비생활과 학습 측면에서 자기조절 역량을 진단하고 개발하는 것이 중요하다(OECD, 2018).

2.2 자기조절과 충동소비

소비자 심리학은 소비자의 행동이 순간적 충동과 장기적 관심사에 의해 영향을 받는다고 설명하고 있다. 성찰-충동 모델(Reflective-Impulsive Model)에 따르면 소비 행동은 충동과 성찰 사이의 충돌이다. 충동 시스템은 spreading activation을 통해 순간적으로 행동하는 것이고, 성찰 시스템은 조절과 목표 지향적 관점이다. 따라서 소비자가 언제, 어떻게 이성적으로 혹은 충동적으로 행동하는지를 자기조절의 개념을 이용하여 이해할 수 있다(Hofmann, Strack, and Deutsch, 2008).

특히 자기조절을 잘하는 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비하여 충동구매행동을 덜 하는 것으로 나타나, 자기조절을 잘하는 소비자가 그렇지 못한 소비자보다 만족스러운 소비를 경험하고 합리적인 구매행동을 하는 것으로 나타났다(남승규, 2005).

기존의 연구는 대학생의 충동 소비는 자기조절이 부족한 데에서 기인한 것을 밝혔다. 벨기에 여자 대학생을 대상으로 한 연구에 따르면 4.7%의 학생이 충동 소비를 하고 이것은 소비에서 오는 심리적 보상과 정신적 요인에도 기인하지만, 이밖에 자기조절의 부재와 부족에 연관되어 있었다(Claes 외, 2010). 그러므로 충동 소비를 제한하기 위해 자기조절을 향상시키는 것이 중요하다.

2.3 자기조절학습

자기조절학습은 학습자가 학습 전반의 활동을 수행하기 위해 학습과정을 계획하고 통제하는 인지적 활동이다(Zimmerman, 1990). 사회인지적 관점에서 자기조절학습은 학습자가 학습을 수행하기 위해 학습 목표와 동기를 자발적으로 진단하고 학습에 필요한 자원(시간, 노력, 자료, 도구)을 관리하는 능력이라고 정의한다(Bandura, 1997). 자기조절학습은 메타 인지, 내적 동기, 목표 설정, 학습 전략 계획과 실행 등의 개념으로 구성되어 학습자의 인지, 내적 동기, 행동 전반에 걸친 영향뿐만 아니라 학습 환경의 통제와 활용을 포함하는 통합적인 개념이다(Pintrich, 2004).

Pintrich(2004)에 따르면 자기조절학습의 주요 개념은 다음 네 가지에 해당한다. 첫째, 학습자가 학습의 주체가 된다. 교수자나 학습 환경이 설정한 학습 목표를 수동적으로 따르기 보다는 학습자 스스로 학습 목표와 전략을 세워서 정보를 활용하여 의미를 창출하고 학습 목표를 달성한다. 둘째, 학습자가 자신의 인지, 내적 동기, 행동과 학습 환경의 일정 부분을 통제하고, 조절하도록 기대되어진다. 셋째, 학습자 개인이 세우는 목표나 기준은 자기조절의 성취 정도를 평가하는 기준이 되고, 이에 따라 인지, 동기, 행동을 조절하는 학습 전략을 전향하고 조절할 수 있다. 마지막으로 자기조절학습은 외부적 학습 환경에 영향을 받으며, 학습 환경과 학습자의 관계를 조절하는 능력도 포함된다. 이처럼 자기조절학습은 학습자의 행동적, 목표지향적, 자기통제적 행위가 발현되어 학습 성취

에 중요한 영향을 미치기 때문에 학계와 현업에서 주목 받고 있다(Zimmerman, 1990).

최근 정보통신기술의 발달에 따라 다양한 매체가 등장한 현대사회에서 자기조절학습 능력은 필수적인 학습역량이다(OECD, 2018). 인터넷으로 다양한 학습 정보를 접하고, 정보의 정확성과 신뢰성을 평가하여 정보를 취사선택 활용하는 과정은 학생이 정보의 소비자임을 직접적으로 보여준다(ISTE, 2016; Keane, Keane, and Blicblau, 2016). 더불어 인터넷 강의, 웹정보 활용 등, 테크놀로지를 활용한 학습이 일반화되어가는 가운데, 학생이 인지 과부하, 내적동기 조절, 전략 설정과 조절 등을 실행하는 자기조절은 학습 성취도에 크게 영향을 미치는 것으로 나타났다(Greene and Azevedo, 2010).

특히, 현대의 대학생은 열린 학습 환경에서 스스로 학습목표를 세우고, 학습과정을 계획, 통제, 평가, 성찰, 수정하도록 기대되어진다(Lee and Hannafin, 2016; Bonk, 2009). 그러나 초중고 시절, 외부 환경에 순응하고, 교수자의 지시에 따라 학습해온 학습자가 대학생이 되었다고 해서 바로 자기조절, 자기주도 학습을 잘 할 수 있는 것은 아니다(McCaslin and Good, 1992). 자기조절학습의 경험이 부족한 대학생들은 자기조절을 능동적으로 배우고 연습하고 활용하는 과정을 반복적으로 거쳐 훈련해야한다(Azevedo and Hadwin, 2005).

이와 같이, 대학생들이 새롭게 놓인 소비 환경과 학습 환경에서 자기조절이 중요한 가운데, 자기조절과 소비행태를 연관 지은 기존 연구가 없던 상황에서 본 연구는 자기조절과 충동구매의 관계를 밝히고자 한다. 특히, 한국과 미국의 대학생 소비자들을 비교하여, 나라별로 차별화하여 충동소비에 접근할 수 있게 한다.

3. 연구방법

3.1 연구문제

본 연구에서는 한국과 미국 대학생 소비자의 충동구매성향에 대한 현황을 파악하고 충동구매성향에

영향을 미치는 요인을 규명하고자 한다. 이런 배경에서 학습에서 자기조절능력이 탁월한 대학생 소비자의 경우 소비생활에서도 자기조절능력이 뛰어난지 살펴보고, 이 변수가 소비자의 충동구매성향에 어떠한 영향을 미치는지 살펴볼 필요가 있다. 따라서 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 한국과 미국 대학생 소비자의 자기조절학습과 자기조절소비 정도가 충동구매성향에 영향을 미치는가?

3.2 자료수집

본 연구는 한국과 미국 대학생 소비자의 자기조절 학습 및 소비능력을 파악하고 충동구매성향을 살펴 보기 위하여 한국과 미국 양국에서 설문조사를 시행하였다. 일반적으로 한국 대비 미국 대학생이 자기조절학습이 뛰어난 것으로 나타나(황매향 외, 2012), 소비와 학습 측면에서 한미 대학생의 자기조절 능력에 차이가 있을 것으로 판단되어 한국 및 미국 대학생을 연구 대상으로 선정하였다. 본 연구는 미국 Institutional Review Board의 심의를 거쳐 연구 허가를 취득하였다(2016년 3월 14일, 승인번호 : H16293). 한국에서는 2016년 3월 28일부터 4월 1일 까지 온라인설문조사 전문업체인 엠브레인을 통하여 총 460개 표본을 수집하였으며, 이 중 불성실 응답 22개를 제외한 438개를 최종 분석에 사용하였다. 미국에서는 2016년 3월 23일부터 4월 4일까지 미국 남부 종합대학교의 10개 교실을 연구자가 직접 방문하여 학생들로부터 자료를 수집하였다. 학생들은 테블릿PC나 컴퓨터 랩의 컴퓨터를 이용하여 온라인 설문에 참여하였으며, 총 250개 응답 중 불성실 응답 8개를 제외하고 242개를 최종분석에 사용하였다. 한국과 미국의 최종 유효표본은 680개이다.

3.3 측정도구

자기조절소비는 남수정(2007), 김지선(2012)을 참고하여 자기통제와 자기감독이라는 두 가지 차원으로 구성하였으며 자기통제 4문항, 자기감독 3문항으로 구성하였다. 자기조절학습능력은 Pintrich(1991)

의 The Motivated Strategies for Learning Questionnaire의 동기과 학습전략에 관한 문항 중 두 국가에 공통적으로 적용할 수 있는 5문항을 추려서 구성하였다. 자기조절소비능력은 남수정(2007)이 개발한 '소비에서의 자기조절' 척도 30개 문항을 토대로 측정하였다. 충동구매성향은 이은경과 진중옥(2013)의 연구를 참고하여 측정하였다.

3.4 조사도구의 신뢰도

측정문항의 신뢰도를 분석한 결과는 <표 1>과 같다. Cronbach's α 의 값을 구하여 내적일관성을 검증한 결과, 0.74에서 0.82 수준으로 모든 값이 0.7 이상으로 나타나 측정 도구의 내적 합치도가 높은 것으로 나타났다. 따라서, 측정도구를 신뢰할 만하다고 할 수 있다.

<표 1> 측정문항의 신뢰도 분석결과

변수	문항 수	신뢰도 (Cronbach's α)	
자기조절학습	5문항	0.77	
자기조절소비	자기통제	4문항	0.79
	자기감독	3문항	0.82
충동구매성향	4문항	0.74	

3.5 분석방법

한국과 미국에서 수집된 680개 자료는 SPSS를 이용하여, 현황 파악을 위한 빈도분석과 기술통계를 실시하였다. 또한 자기조절학습 및 소비, 충동구매성향에 대한 국가 간, 집단 간 비교를 시행하기 위하여 t-test와 분산분석을 실시하였다.

4. 연구결과

4.1 조사대상자의 일반적 특성

한국 응답자 438명 중 남자가 209명(47.7%), 여자가 229명(52.3%)이었고, 미국 응답자는 남자와 여자가 각각 121명이었다(50%). 미국과 한국 대학생의

<표 2> 조사응답자의 일반적 특성

변인	구분	빈도(%)		t값
		한국 (N = 438)	미국 (N = 242)	
성별	남	209(47.7)	121(50.0)	0.325
	여	229(52.3)	121(50.0)	
학년	1학년	23(5.3)	40(16.5)	23.830***
	2학년	105(24.0)	51(21.2)	
	3학년	131(29.9)	66(27.3)	
	4학년	155(35.4)	72(29.8)	
	4학년 초과	24(5.5)	13(5.4)	
주관적 재정 상태	평균보다 낮다	135(30.8)	54(22.3)	29.022***
	평균이다	200(45.7)	83(34.3)	
	평균보다 높다	103(23.5)	105(43.4)	
용돈 원천	아르바이트	152(34.7)	79(32.6)	8.321*
	보호자 도움	239(54.6)	118(48.8)	
	기타	47(10.7)	45(18.6)	
월 평균 용돈	10만원 미만	47(10.7)	67(27.7)	63.124***
	10~30만원	176(40.2)	98(40.5)	
	30~50만원	161(36.8)	31(12.8)	
	50만원 이상	54(12.3)	46(19.0)	
거주 방식	혼자 거주	81(18.5)	14(5.8)	315.542***
	가족·친지와 동거	280(63.9)	16(6.6)	
	룸메이트와 동거	74(16.9)	205(84.7)	
	기타	3(0.7)	7(2.9)	
연령	평균 : 22.5세 (SD : 1.80) 범위 : 20~28세	평균 : 21세 (SD : 2.17) 범위 : 18~38세	9.700***	

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

주관적 재정 상태를 보면 한국 학생들은 자신의 재정 상태를 ‘평균’이라고 응답한 학생이 대다수(45.7%) 인데 반해, 미국의 대학생은 ‘평균보다 높다’(43.4%)로 응답한 학생이 대다수였다. 용돈의 원천은 양국이 모두 ‘보호자의 도움을 받는다’가 가장 많았고(한국 : 54.6%, 미국은 48.8%), 한국 대학생의 34.7%, 미국 대학생의 32.6%가 아르바이트로 용돈을 조달하는 것으로 나타났다. 한국 대학생은 가족 친지와 동거가 64%로 가장 많은 반면, 미국의 대학생은 룸메이트와 거주가 85%로 가장 많았다.

4.2 한미 대학생 소비자의 자기조절학습과 자기조절소비 비교

<표 3>에서 보는 바와 같이 한미 대학생의 자기조절학습, 자기조절소비 수준은 국가별 차이가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 자기조절학습 수준은 한국 대학생의 경우 4.34점, 미국 대학생의 경우 4.98점으로 미국 대학생의 자기조절학습 수준이 한국 대학생보다 높은 것으로 나타났다. 자기조절소비의 경우도 미국대학생(5.40점)이 한국대학생(5.06)보다 높은 것으로 나타났다.

<표 3> 한미 대학생 소비자의 자기조절학습과 자기조절소비 수준 비교

하위 차원	문항	평균(SD)		t값
		한국 (N = 438)	미국 (N = 242)	
자기조절학습	나는 내가 공부하는 내용을 잘 숙지하고 있는지 확인하기 위해 내 자신에게 질문을 한다.	3.99(1.37)	4.88(1.55)	-7.534***
	나는 학습 내용이 지루할 때도 끝까지 공부한다.	3.90(1.37)	4.82(1.60)	-7.697***
	공부를 시작하기 전 알아야 할 내용이 무엇인지 먼저 생각해본다.	4.05(1.33)	4.92(1.62)	-7.125***
	나는 책을 읽을 때 가끔씩 멈추고 무슨 내용인지 생각해본다.	4.74(1.11)	4.65(1.57)	0.756
	나는 수업이 마음에 들지 않을 때도 좋은 성적을 받기 위해 노력한다.	5.05(1.29)	5.61(1.27)	-5.467***
자기조절학습		4.34(0.89)	4.98(1.14)	-7.469***
자기조절소비	나는 구매하는 것보다 저축하는 것이 더 즐겁다.	3.97(1.36)	4.48(1.72)	-3.977***
	나는 미래를 위해 현재의 구매를 포기할 수 있다.	4.71(1.31)	5.14(1.52)	-3.72***
	나는 비상시를 대비해서 비상금을 마련해 두고 있다.	4.68(1.53)	4.37(2.20)	1.948
	나는 정기적으로 저축한다.	3.99(1.72)	4.52(1.50)	-3.67***
	자기통제	4.34(1.14)	4.63(1.50)	-2.646**
	자기감독	구매할 물건이 있을 경우 계획을 세워 구매하는 편이다.	4.85(1.22)	4.98(1.46)
실수를 하지 않기 위해 신중하게 생각한 후 구매한다.		4.99(1.22)	5.29(1.42)	-2.698***
돈을 쓰는데 나 자신만의 원칙을 가지고 있다.		4.80(1.25)	5.18(1.27)	-4.345**
자기감독		4.88(1.03)	5.18(1.27)	-3.134**
자기조절소비		5.06(0.94)	5.40(1.06)	-4.161***

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

4.3 한미 대학생 소비자의 충동구매성향 비교

한미 대학생 소비자의 충동구매성향을 비교해 본 결과는 다음 <표 4>와 같다. 각국의 충동구매성향은 7점 만점으로 측정하였으며, 한국 대학생 소비자의 충동구매성향이 3.67, 미국 대학생 소비자의 충동구매성향이 4.07으로 한미 대학생 충동구매성향에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 4> 한미 대학생 소비자의 충동구매성향 비교

문항	평균(SD)		t값
	한국 (N = 438)	미국 (N = 242)	
1. 나는 구매하려고 하지 않았던 물건을 사기도 한다.	4.33 (1.42)	4.51 (1.63)	-1.456
2. 나는 계획을 세우지 않고 구매하는 편이다.	3.61 (1.44)	4.11 (1.78)	-3.727***
3. 나는 내가 관심 있는 것을 보면, 결과를 생각하지 않고 일단 구매한다.	3.40 (1.44)	3.54 (1.86)	-1.014**
4. 나는 구매목록에 없는 물건을 구매하지 않으려고 노력한다(R).	3.36 (1.24)	4.08 (1.60)	-6.144**
충동구매성향	3.67 (1.01)	4.07 (1.32)	-4.020***

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

4.4 충동구매성향에 영향을 미치는 요인

한미 대학생 소비자의 충동구매성향에 영향을 미치는 변수들의 상대적인 영향력을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 다음 <표 5>와 같다. 종속변수로는 충동구매성향, 독립변수로는 구매방식(온라인(PC)/스마트폰 앱/상점), 자기조절학습, 자기조절소비(자기통제/자기감독)를 투입하였다.

회귀모델의 적합성을 검증한 결과 한국 대학생의 충동구매성향($R^2 = .255$, $F = 24.571$, $P < .001$), 미국 대학생의 충동구매성향($R^2 = .285$, $F = 15.424$, $P < .001$) 모두 회귀모형이 적합한 것으로 나타났다. 한국대학생의 충동구매 성향에 가장 큰 영향을 미치는 변인은 상점에서 구매, 자기통제(-), 자기감독(-) 순으로 나타났다. 한국 대학생의 경우 상점에

<표 5> 한미 대학생 소비자의 충동구매성향에 영향을 미치는 요인

변수	충동구매성향				
	한국		미국		
	b(β)	t	b(β)	t	
온라인(PC)로 구매	0.53 (0.55)	1.123	.085 (.098)	1.237	
스마트폰 앱으로 구매	0.51 (0.74)	1.554	.207 (.282)	3.420**	
상점에서 구매	.087 (.091)	2.020*	.144 (.126)	2.235*	
자기조절학습	.065 (.057)	1.242	.111 (.096)	1.545	
자기조절 소비	자기 통제	-.146 (-.164)	-3.434**	.043 (.048)	.660
	자기 감독	-.420 (-.428)	-8.527***	-.423 (-.405)	-5.468***
R2	.255		.285		
Constant	5.163***		3.480***		
F	24.571***		15.424***		

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

서 구매할수록, 자기조절소비 중 자기통제와 자기감독이 낮을수록 충동구매성향이 증가하는 것을 알 수 있다. 이는 한국의 여러 유통채널에서 상점 내의 다양한 판촉활동 및 인적 판매로 인하여 충동구매가 자극된다는 것을 시사한다. 미국 대학생의 경우 스마트폰 앱으로 구매하고, 상점에서 구매할 경우와 자기조절소비에서 자기감독이 낮아질수록 충동구매성향이 커지는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 미국의 구매환경에서 스마트폰 앱이 대학생 소비자의 구매욕구를 자극하여 충동구매를 유도하는 환경을 조성한다는 것을 시사한다.

6. 결 론

본 연구는 한국과 미국 대학생 소비자의 충동구매성향을 자기조절학습과 자기조절소비를 중심으로 살펴보았다. 연구 결과, 미국 대학생의 자기조절학습과 자기조절소비가 한국 대학생 보다 높은 것으로 나타났고, 충동구매성향 또한 미국 대학생이 한국대학생보다 더 큰 것으로 나타났다. 이는

자기조절학습과 자기조절소비, 충동구매성향 등의 변인들이 국가, 문화에 따라 차이가 있다는 것을 시사한다. 향후 연구에서는 차이의 원인을 밝힐 수 있는 심층적 연구가 필요하다.

본 연구의 조사대상이 한국과 미국 대학생 소비자, 한국의 경우 전국의 대학생 소비자를 대상으로 온라인조사를 통하여 표집하였으나, 미국 대학생 소비자의 경우 종합대학 1개교를 대상으로 하여 이 표본이 미국 대학생 소비자 전체를 대표한다고 보기 어려운 표집의 한계가 있다. 향후 연구에서는 이를 보완하여 대표성을 띤 표집을 통해 연구결과를 보다 일반화할 필요가 있다.

본 연구는 소비자행동 중 '구매'에 초점을 맞추어 자기조절학습과 자기조절소비의 영향력을 살펴 보았으나 향후 연구에서는 소비의 전 과정에서 자기조절이 어떤 영향을 끼치는지 살펴 볼 필요가 있다. 대학생 소비자는 기술 발전에 민감하게 반응하기 때문에 구매 환경에서는 자기조절 능력이 더 중요한 영향을 미칠 것으로 예측되므로 향후 이에 대한 이해와 연구가 필요하다.

본 연구에서는 자기조절학습이 소비에 미치는 영향이 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타나 이에 대해 추가적인 연구가 필요하다. 자기조절학습의 세부요인인 메타인지, 동기유발, 학습목표 설정과 행동조절, 환경통제와 자기조절소비의 개별적 관계를 탐색하는 연구는 대학생의 소비생활과 자기조절의 관계를 파악하는데 새로운 시각을 제공할 것이라 기대된다.

한미 대학생의 자기조절소비는 충동구매성향에 부적(-) 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 자기조절이 소비자의 의식과 행동에 영향을 미친다는 것을 입증한다. 그러므로 대학생의 자기조절소비능력을 제고하여 충동구매 등의 비합리적 소비성향을 저감하는 방안에 대한 연구가 필요하다. 또한 대학에서 자기조절에 대한 개념을 숙지하고, 자기조절 능력을 함양하여 이를 자기조절학습과 소비능력으로 전환할 수 있는 실질적 교육 프로그램을 시행할 필요가 있다.

참고문헌

- 김완석, 유연재, “역기능적 소비행동에 대한 마음챙김 소비의 영향 연구”, *소비자·광고*, 제16권, 제1호, 2015, 125-145.
- 김지선, “십대 청소년의 소비에 대한 자기조절 연구”, 서울대학교 석사학위논문, 2012.
- 김지혜, “부모양육태도와 또래애착이 휴대전화의존을 매개로 청소년의 자기조절학습능력에 미치는 영향”, *청소년문화포럼*, 제39권, 2014, 41-61.
- 남수정, “소비에 대한 자기조절척도 개발”, *한국가정관리학회지*, 제24권, 제5호, 2006, 175-189.
- 남승규, “소비자 자기조절 모형과 충동구매행동”, *한국심리학회지: 소비자광고*, 제6권, 제2호, 2005, 61-77.
- 이은경, 전중옥, “강박구매성향 측정도구 개발에 관한 연구”, *소비자학연구*, 제24권, 제2호, 2013, 223-251.
- 차현진, 박태정, “공개교육자원(OER)을 활용한 자기조절학습능력 향상을 위한 웹기반 교원연수 프로그램 설계 전략”, *컴퓨터교육학회 논문지*, 제16권, 제5호, 2013, 69-83.
- 황매향, 선혜연, 정예경, “자기조절학습능력의 발달 추이”, *교육과정평가연구*, 제15권, 제1호, 2012, 51-80.
- Azevedo, R. and A.F. Hadwin, “Scaffolding Self-Regulated Learning and Metacognition-Implications for the Design of Computer-Based Scaffolds”, *Instructional Science*, Vol.33, No.5, 2005, 367-379.
- Baumeister, R.F. and K.D. Vohs, “Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications”, The Guilford Press, 2004.
- Bandura, A., “Social Cognitive Theory of Self-Regulation”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol.50, No.2, 1991, 248-287.

- Bonk, C.J., *The World Is Open : How Web Technology Is Revolutionizing Education*, John Wiley & Sons, 2009.
- Claes, L., P. Bijttebier, F. Van Den Eynde, J. E. Mitchell, R. Faber, M. de Zwaan, and A. Mueller, "Emotional Reactivity and Self-Regulation in Relation to Compulsive Buying", *Personality and Individual Differences*, Vol.49, No.5, 2010, 526-530.
- Greene, J.A. and R. Azevedo, "The Measurement of Learners' Self-Regulated Cognitive and Metacognitive Processes While Using Computer-Based Learning Environments", *Educational Psychologist*, Vol.45, No.4, 2010, 203-209.
- Hofmann, W., F. Strack, and R. Deutsch, "Free to Buy? Explaining Self-Control and Impulse in Consumer Behavior", *Journal of Consumer Psychology*, Vol.18, No.1, 2008, 22-26.
- Ifenthaler, D., "Determining The Effectiveness of Prompts for Self-Regulated Learning in Problem-Solving Scenarios", *Journal of Educational Technology & Society*, Vol.15, No.1, 2012, 38-52.
- International Society for Technology in Education, "ISTE Standards for Students", Retrieved from <http://www.iste.org/standards/ISTE-standards/standards-for-students>, 2015.
- Keane, T., W.F. Keane, and A.S. Blicblau, "Beyond Traditional Literacy : Learning and Transformative Practices Using ICT", *Education and Information Technologies*, Vol.21, No.4, 2016, 769-781.
- Lee, E. and M.J. Hannafin, "A Design Framework For Enhancing Engagement in Student-Centered Learning : Own It, Learn It, And Share It", *Educational Technology Research and Development*, Vol.64, No.4, 2016, 707-734.
- McCaslin, M. and T.L. Good, "Compliant Cognition : The Misalliance of Management and Instructional Goals In Current School Reform", *Educational Researcher*, Vol.21, No.3, 1992, 4-17.
- OECD, "The Future We Want, The Future of Education and Skills : Education 2030", Retrieved from <https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20.pdf>, 2018.
- Pintrich, P.R., "A manual for the use of the Motivated Strategies for Learning Questionnaire (MSLQ)", ERIC, 1991.
- Pintrich, P.R., "A Conceptual Framework for Assessing Motivation and Self-Regulated Learning in College Students", *Educational Psychology Review*, Vol.16, No.4, 2004, 385-407.
- Zimmerman, B.J., "Self-Regulated Learning and Academic Achievement : An Overview", *Educational Psychologist*, Vol.25, No.1, 1990, 3-17.

◆ About the Authors ◆

**황진주 (lovejemma@naver.com)**

인하대학교 소비자학과 겸임교수로 재직 중이다. 서울대학교 소비자학 석사와 박사학위를 취득하였다. 삼성물산 건설 부문에서 마케팅과 CS기획 업무를 담당하였다. 주요 관심분야는 소비자정책, 소비자연구방법론, 소비자행태 등이다.

**이은배 (elee@catholic.ac.kr)**

가톨릭대학교 학부대학 조교수로 재직 중이다. University of Georgia에서 Learning, Design, and Technology 박사학위를 취득하였다. 주요 관심분야는 교육혁신, IT융합교육, 학습자중심교육, 창의적 문제해결, 자율성 등이다.