

고등학생과 대학생의 소비자 선택 행동의 차이 비교

김 정 훈 (원광대학교 생활과학대학 교수)

동 환 속 (원광대학교 대학원 대학원)

본 연구의 목적은 고등학생과 대학생들이 구매 시 보이는 선택 행동의 차이를 비교하고자 한다. 이를 위해 2002년 6월-7월에 전라북도 익산시 고등학생과 대학생들을 질문지 조사하였는데, 총 615 부가 연구를 위한 통계분석에 이용되었다. 조사대상들은 고등학생 385명 (남학생 190명, 여학생 195명)과 대학생 230명 (남학생 116명, 여학생 114명)이었다.

소비자 구매 선택 행동을 측정하기 위해서는 Moore & Shay (1988)에서 사용된 문항들을 이용하였으며, 이들 문항들을 요인적재량 .45이상과 상대적인 적재량 비중 및 신뢰도를 고려하여 최적의 요인구조를 선택하였다. 그 결과, 5개의 요인으로 구조화되었는데, 이들의 총 설명변량은 59.07%였고, 문항들의 내적 신뢰도는 .797이었다. 이들 5개의 요인들은 문항들의 내적 관계성을 고려하여 신제품 선택 구매, 비교·계획 선택 구매, 충동적 선택 구매, 유명상표 선택 구매, 세일·저가 선택 구매 로 명명하였다.

연구 결과, 세일·저가 선택 구매를 제외한 모든 소비자 선택 행동 영역에서 대학생들이 고등학생들보다 높은 경향을 보였다. 즉, 새로운 제품을 선택하는 경향, 비교·계획쇼핑을 하는 경향, 그리고 유명상표를 선택하는 경향이 더 높았으며, 충동적인 선택 구매를 하는 경향도 더 높았다.

한편 연령그룹 내에서의 남학생과 여학생의 비교 결과, 두 그룹 모두에서 같은 경향을 보였는데, 고교생과 대학생 모두에서 여학생들이 남학생들보다 신제품을 시도해보는 경향과 비교·계획 쇼핑을 하는 경향, 충동적으로 선택하는 경향, 세일이나 값이 싼 상품을 선택 구매하는 경향이 더 컸으며, 유명상표를 선택하는 경향은 두 그룹 모두에서 성별간에 차이를 보이지 않았다.

성별 그룹 내에서의 고등학생과 대학생의 비교 결과는 남자대학생들이 남자고등학생들보다 신제품을 선택하는 경향과 비교·계획적인 선택행동을 보이는 경향이 높았으며, 여자대학생들이 여자고등학생들보다 신제품을 선택하는 경향, 비교·계획적인 선택을 하는 경향, 그리고 충동적인 선택을 하는 경향이 더 높았다.

조사대상자들의 소비자 선택 행동은 3가지 유형으로 유형화할 수 있었는데, 무심형 (N=220, 36.1%), 과시형 (N=250, 41.1%), 경제형 (N=139, 22.8%)로 명명하였다. 이러한 선택유형은 고등학생과 대학생 사이에서, 연령그룹 내에서의 성별간에, 또 성별그룹 내에서 고등학생과 대학생 사이에서 유의한 차이를 보였다.