

소비자소외감이 의사결정 스타일에 미치는 영향

- 남자대학생과 여자대학생의 비교 -

김 영 신 (충남대학교 소비자생활정보학과 교수)

박 지 영* (충남대학교 소비자생활정보학과 석사)

본 연구는 우리나라 대학생소비자의 의사결정 스타일에 영향을 미치는 변수들과 이들 변수간의 인과관계를 규명하려는 것으로 소비자가 시장의 규범 및 가치로부터 유리되었다고 느끼는 소비자소외감에 초점을 맞추었다.

특히 기존의 심리학적 연구나 소비자행동연구에서 밝혀진 것처럼, 성별에 따라 쇼핑동기, 쇼핑에 대한 태도, 쇼핑행동 등에 차이를 보이고 있다는 점에 주목하여, 인구통계적 변수(연령, 주성장지, 용돈의 크기 및 만족도, 아르바이트 경험, 사회경제적 지위)와 소비자소외감(무규범성, 무의미성, 무력감, 문화적 소외)이 의사결정 스타일에 미치는 영향력의 인과관계를 남학생과 여학생으로 구분하여 살펴보았다.

조사대상자는 대전지역 7개 대학의 대학생을 대상으로 설문조사를 하였으며, 예비조사와 본조사를 거쳐 최종 685부가 분석에 사용되었다. 자료의 분석방법은 SPSS 11.0을 사용하여 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis), t검증, 중회귀분석(Multiple Regression Analysis), 경로분석(Path Analysis)을 실시하였다.

분석결과, 우리나라 대학생소비자의 의사결정 스타일은 품질중시 스타일(합리적 의사결정 스타일), 유명상표 및 고가제품 선호 스타일, 다양성추구 및 쇼핑을 즐기는 스타일, 유행의식 스타일, 상표 및 상징 충성 스타일(사회적·과시적 의사결정 스타일), 선택에 혼란을 느끼는 스타일, 충동구매 스타일(바람직하지 못한 의사결정 스타일)의 7가지로 분류되고 있다.

둘째, 매개변수인 소비자소외감은 성별에 따라서 그 하위영역인 무력감과 문화적 소외가 통계적으로 유의한 차이가 있어서, 남학생이 여학생보다 무력감과 문화적 소외가 높은 것으로 나타났다.

셋째, 소비자의사결정 스타일은 성별에 따라 차이가 있어서 선택에 혼란을 느끼는 특성은 남학생이 여학생보다 높게 나타났으며, 다양성추구 및 쇼핑을 즐기는 특성, 유행의식 특성, 충동구매 특성은 여학생이 남학생보다 높게 나타났다.

끝으로, 성별에 따른 소비자의사결정 스타일의 인과관계 분석결과, 여학생의 경우 품질중시 스타일에는 무력감이, 선택에 혼란을 느끼는 스타일에는 문화적 소외가 직접적인 영향을 미치는 변수인데 반해, 남학생의 경우는 그렇지 않았다.

또한 여학생의 경우 인구통계적 변수가 소비자소외감의 4개 하위영역 모두에 영향을 미치고 있으나, 남학생의 경우 무규범성과 무의미성에 인구통계적 변수가 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉 남학생이 여학생보다 인구통계적 변수, 소비자소외감, 의사결정 스타일간의 인과관계가 낮게 나타나고 있다.