

의복의 과소비성향 및 관련변수와 의복구매행동과의 관계 연구 - 여대생을 중심으로 -

柳 垠 貞* · 金 秀 經

계명대학교 패션정보기획과 시간강사*, 덕성여자대학교 의상학과 시간강사

A Study on the Influential Factors of Clothing Conspicuous Consumption and Clothing Purchasing Behaviors

Eun-Jeong Ryou* and Soo-Kyung Kim

Part-time Instructor, Dept. of Fashion Merchandising, Keimyung Univ.*

Part-time Instructor, Dept. of Clothing & Textiles, Dongsung Womans Univ.

Abstract

The purpose of this study is to identify the influential factors of clothing conspicuous consumption, and the relationship between these consumer characteristics and clothing purchasing behaviors. The influential factors of clothing conspicuous consumption are defined materialism, sensation seeking tendency and demographic characteristics. And clothing purchasing behavior can be defined such as fashion leadership, impulsive purchasing behaviors, bargain sale purchasing, and the price and total pieces of clothing. The data were collected from 320 female students of university using questionnaire, and were analysed with frequency, %, multiple regression, ANOVA and Duncan test.

Results can be summarized as follows. First, clothing conspicuous consumption was not influenced to sensation seeking tendency but materialism. Second, the sensation seeking tendency, materialism and clothing conspicuous consumption was proven to be partially related to the clothing purchasing behaviors. Third, the demographic characteristics have influenced on the sensation seeking tendency, materialism, clothing conspicuous consumption and clothing purchasing behaviors.

Key words : clothing conspicuous consumption, materialism, sensation seeking tendency

I. 서 론

최근 IMF 체제에 의해 위축되었던 경기가 다소 회복되는 기미가 보이면서 가계 소비 수준이 IMF 체제 이전의 수준에 거의 근접하는 것으로 나타나 (1999년 기준으로 전년 동기에 비해 실질소득은 0.2% 감소, 실질소비는 12.7% 증가), 과소비나 저품 현상에 대한 우려의 목소리가 높아지고 있다. 과소비 현상은 단순한 생활 수준의 향상이나 상품의 잉

여로 인한 양적 과소비라기 보다는 타인을 의식하여 자신의 가치를 드러내려는 과시적 소비가 주원인으로 여겨진다. 실제로 공보처 조사에서 밝혀진 바에 의하면, 사람들이 과소비를 하는 이유로서 '남에게 과시하고 싶어서'라는 응답이 44.1%로 가장 높은 것으로 나타났다 (조선일보, 1999. 8. 26).

의복은 제품의 기능적 측면보다는 사회적, 주관적 의미가 더 중요하게 지각되기 때문에 과시적 소비의 주된 품목이며, 과소비성향은 의복구매행동에 큰 영향을 미치는 요인으로 평가된다. 이러한 과소비

성향과 의복행동과의 관계에 관한 연구는 주로 20대 후반 이후의 성인 여성들을 대상으로 이루어지고 있으며, 부모 세대보다는 비교적 경제 환경의 영향을 덜 받는 대학생 계층에 대한 연구 결과는 거의 없는 실정이다. 1999년의 의복비 지출동향을 분석한 연구에서 다른 연령 계층에 비해 20대 초반의 여대생의 의복비 지출규모가 가장 많이 증가한 결과를 볼 때 (인터패션플래닝 2000. 4.11), 여대생들의 의복구매행동에도 과소비성향이 영향을 미치는 것으로 보인다.

또한 20대 초반의 여대생들은 의복구매시 의복을 통한 즐거움, 자신감 등의 쾌락적 측면을 더 추구하고 감각추구경향이 특히 높은 집단이므로 (정유진 1998), 소비자의 일반적 인성체계인 감각추구성향과 함께 과소비성향의 선행 요인으로 알려진 물질주의가치가 여대생의 의복에 대한 과소비성향에 어떻게 영향을 미치는지에 대해 연구할 필요가 있다.

따라서 본 연구에서는 소비자의 감각추구경향, 물질주의가치, 인구통계적 특성이 의복의 과소비성향에 미치는 영향을 파악하고, 이러한 소비자의 내적, 외적 특성과 의복구매 행동과의 관계를 밝히고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 과시적 소비

과시적 소비는 T. Veblen의 「유한계급론」에서 처음 사용된 용어로, 자신의 지위나 부를 과시하기 위하여 생존에 필요한 실질적 수준 이상의 소비를 함으로써 남의 시선을 끄는 경제적 행동이며, 이러한 현상은 의복에 가장 잘 반영되는 것으로 설명된다. 오늘날 과시적 소비는 지위 상품을 고가의 가격으로 구매할 수 있는 능력을 다른 사람들에게 과시하려는 욕구에 의한 행동으로, 제품의 경제적, 생리적 효용보다는 사회적 자극에 의해 이루어지며, 소비자행동에 있어 예외적인 행동의 한 형태로 파악되고 있다 (Mason, 1981).

Kaiser (1990)는 의복의 과시적 소비를 개인의 생활양식과 가치관을 과시함에 있어 의복의 값이 비싸야 되는 것은 물론 더 많고 더 좋은 옷을 소유해야 한다는 관념을 가리키는 것으로 보았다.

이러한 개념들을 토대로 유명한 (1993)는 의복의 과시적 소비현상을 유명상표 의복구매, 유행지향적 의복구매, 고가의 수입 의류 구매, 여가과시적 의복구매 등의 차원으로 나누어 측정하고, 사회계층이 높을수록 의복의 상징성에 가치를 두는 과시적 소비행동을 한다고 밝혔다.

이민경 (1997)은 아노미현상과 의복의 과시적 소비행동과의 관계에 관한 연구에서, 의복의 과시적 소비 행동은 연령이 낮을수록, 미혼일수록, 교육수준이 높을수록, 아노미를 많이 느낄수록, 보상적 구매를 자주 할수록 의복으로 자신을 드러낼 수 있는 과시적 소비행동을 자주 한다고 하였으며, 가정의 수입, 결혼 여부, 직업과는 관계가 없다고 하였다. 그외에 의복의 과소비성향에는 물질주의가 큰 영향을 미치는 것으로 알려져 있다 (김민희, 1999; 이소정, 2000).

2. 물질주의

물질주의는 중요한 소비 문화의 하나로 그 중요성이 부각되고 있으며, 소비자들의 선택행동을 유도하는 가치체계로서의 역할이 강조되고 있다. Belk (1985)는 물질주의를 '소비자가 소유 자체에 애착을 가지고 자유재량적인 소비를 통해서 행복을 추구하는 것'을 의미한다고 하였으며, Richins와 Dawson (1992)도 이와 유사하게 '물질의 소유를 통해 행복을 추구하는 경향'으로 정의하고, 물질주의의 하위 차원을 생활중심적, 행복추구적, 성공수단적 물질주의로 나누어 이에 대한 측정도구를 개발하였다.

물질주의는 대체로 충동구매나 과소비, 증독적 구매성향 등 바람직하지 못한 소비를 유도하고, 생활에 대한 만족도를 낮게 하는 등 부정적 가치로서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 (송인숙, 1993), 재화의 소유를 통해 개인의 자아 정체감형성에 기여한다는 긍정적 견해도 나타나고 있다 (Belk, 1985).

백경미 (1995)는 한국 소비자들의 물질주의 성향은 소득과 교육수준이 낮을수록 더 높게 나타난다고 하였으나, 이옥희와 홍병숙 (1998), 김민희 (1998) 등은 그와 반대로 상위계층일수록 물질주의 성향이 높다고 하여 개인에 따라 많은 차이가 있다는 것을 알 수 있다.

소비자행동과 관련한 연구에서 특히 과시적 소비

와의 직접적 관련성이 제기되었으며, 그외에 충동구매, 구매시 정보탐색에도 영향을 미치는 것으로 나타났다(주섬중, 1995). 김민희(1998)는 물질주의 성향이 높을수록 의복의 과소비성향이 높고, 의복구매시 가격과 자아이미지의 고양, 타인지향, 상표를 중시한다고 하였으며, 이윤희 등(1998)도 의복의 상징적 소비성향에 미치는 영향이 크다고 하였다.

이와 같이 물질주의는 의복과 관련된 소비행동을 설명하는 중요한 가치체계이므로, 의복구매행동에 대한 보다 구체적인 역할을 밝힐 필요가 있다.

3. 감각추구경향

사람들은 자신이 속한 환경 속에서 수많은 자극을 받으며, 그 자극의 복잡성, 새로움, 모호성 등의 정도에 대해 '최적 자극'이라 불리는 수준을 가장 선호한다. 환경적 자극이 최적 수준보다 낮으면 자극을 증가시키려는 시도를 하고, 반대로 초과할 경우에는 자극을 감소시키려는 시도하게 되며, 감각추구성향은 이러한 최적자극수준에 도달하려는 경향을 말한다(Mowen, 1995).

최적자극수준과 이에 따른 감각추구는 개인마다 각각 다른 양의 선호되는 생리적 활성화나 자극 수준의 양을 나타내는 최적 수준이 존재하나, 일생에 걸쳐 안정적으로 유지되는 체계가 아니라, 보통 유년시절에 시작되어 청소년기에 절정을 이루고, 그 이후에 연령의 증가와 함께 감소하는 경향을 보인다. 정유진(1998)은 특히 20대 초반 여대생들의 감각추구경향이 다른 연령층에 비해 매우 높게 나타난다고 하였다.

감각추구성향을 측정하는 척도로는 Mehrabian과 Russell(1974)의 환기추구경향 척도(Arousal Seeking Tendency Scale; AST)나 Zuckerman(1971)의 감각추구척도(Sensation Seeking Scale; SSS) 등이 사용되고 있으며, 김광수(1992)와 신수연과 이정미(1998) 등은 앞의 두 척도를 이용하여 충동구매성향을 측정하기도 하였다.

Workman과 Jonson(1993)은 남녀 대학생들을 중심으로 유행의 초기 채택자와 유행 추종자 사이에 다양성에 대한 욕구의 차이를 감각추구성향(SSS) 척도를 이용해 연구한 결과, 유행혁신자의 감각추구경향이 유행추종자보다 유의하게 높은 것으로 나타나,

유행 채택의 새로운 동기로서 다양한 자극 형태에 대한 욕구의 차이를 제안하였다. Kwon과 Workman(1996)은 변화에 대한 최적자극수준이 높은 사람이 낮은 사람에 비해 유행선도력이 높고, 의복을 중시하는 태도가 강함을 보여 주었다.

정유진(1998)은 감각추구성향을 변화의 추구, 새로운 환경의 추구, 모험의 추구, 예술적 감각의 추구 등으로 분류하여 각 요인들이 의복에 대한 탐색적 행동, 의복구매량 등에 긍정적 영향을 미친다고 하였으며, 박민규와 고에란(1998)은 최적자극수준이 의류상표 선택에서의 다양성 추구 성향에 영향을 미치는 요인임을 검증하였다.

이와 같이 감각추구성향은 물질주의와는 다른 성향의 가치체계이지만 소비자행동에 미치는 영향이 서로 유사하게 나타나고 있으므로, 의복의 과소비 성향이나 의복구매행동에 미치는 영향을 함께 밝힐 필요가 있다.

III. 연구방법

1. 연구 문제

첫째, 감각추구경향과 물질주의가치가 의복의 과소비성향에 미치는 영향을 밝힌다.

둘째, 감각추구경향, 물질주의가치 및 의복의 과소비성향이 의복구매행동(유행선도력, 충동구매, 할인이용정도, 의복구입비, 의복구입량)에 미치는 영향을 밝힌다.

셋째, 인구통계적 특성에 따른 감각추구경향, 물질주의가치, 의복의 과소비성향의 차이를 밝힌다.

넷째, 인구통계적 특성에 따른 의복구매행동의 차이를 밝힌다.

2. 연구대상 및 자료수집

본 연구문제를 규명하기 위하여 서울 시내 소재 4년제 대학의 여대생을 임의 표본추출하였다. 자료수집을 위해 2000년 4월에 총 320부의 설문지를 배부하였고, 그 중에서 299부를 최종 분석자료로 사용하였다.

<표 1>에서 연구대상자의 인구통계적 특성을 살펴보면, 1학년이 66명(22.1%), 2학년이 70명(23.4%), 3학년이 68명(22.7%), 4학년이 95명(31.8%)로 비교

<표 1> 연구대상자의 인구통계적 분포

		빈도 (%)	계 (%)
학년	1학년	66 (22.1)	299 (100.0)
	2학년	70 (23.4)	
	3학년	68 (22.7)	
	4학년	95 (31.8)	
한달 용돈	20만원 미만	80 (26.7)	299 (100.0)
	20~40만원 미만	152 (51.0)	
	40~60만원 미만	41 (13.7)	
	60만원 이상	26 (8.6)	
주관적 사회계층	상	64 (21.4)	299 (100.0)
	중	158 (52.9)	
	하	77 (25.8)	

적 고른 학년 분포를 보였으며, 한 달 용돈 수준은 20만원~40만원 미만이 152명 (51.0%)으로 가장 많았다. 또한 주관적 사회계층은 상류층이 21.4%, 중류층이 52.9%, 하류층이 25.8%로 중류층에 편중된 분포를 보이고 있다.

3. 측정도구 및 절차

본 연구의 목적에 따른 연구 문제를 규명하기 위하여 설문지법을 이용하였으며, 설문지에는 물질주의가치, 감각추구성향, 과소비성향과 의복구매행동, 인구통계적 특성, 주관적 사회계층을 측정하기 위한 척도들이 포함되었다.

감각추구성향은 정유진 (1998)의 연구를 토대로 Mehrabian과 Russell (1974)의 환기추구성향척도 (AST-1) 중에서 15개 문항을 선택하여 각 문항을 5점 리커트 척도로 측정한 결과, 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .79$ 로 나타났다.

물질주의가치는 Richins 등 (1992)에 의해 구성되어, 국내 여러 연구 (김민희, 1998; 이소정, 2000)에서 신뢰도와 타당도를 검증받은 15개 문항을 바탕으로 예비조사를 실시하여 12개 문항을 선정하고 5점 리커트 척도로 측정된 결과, 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .70$ 로 나타났다.

의복의 과소비성향은 선행연구 (유명의 1993, 김민희 1998)에서 사용된 척도를 바탕으로 예비조사를 통해 14개 문항을 선정하고 5점 리커트 척도로 측

정한 결과, 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .86$ 로 나타났다.

유행선도력은 5문항을 선정하여 5점 리커트 척도로 측정하였다. 충동구매는 선행연구 (고선영, 1993; 김순아와 이영선, 1999)를 토대로 '전혀 살 생각이 없었어도 다니다가 마음에 드는 디자인을 발견하면 옷을 산다'와 '친구 혹은 광고를 통해 유용한 정보를 얻으면 산다'의 2문항을 5점 리커트 척도로 측정하였다. 할인이용 정도는 평소 의복구매시의 할인점이나 가격할인 등을 이용하는 정도를 5점 리커트 척도로 측정하였다. 의복구입비용은 한계질 평균 의복비를 20~100만원 이상의 범위를 20만원 간격의 총 6단계로 구분하여 측정하였다. 의복구입량은 최근 3개월 동안 구입한 의복의 총량 (벌수)을 측정하였다.

인구통계적 변인으로는 학년과 한 달 용돈 수준을 측정하였으며, 주관적 사회계층은 상, 중, 하류층으로 분류하고, 이를 각각 상, 중, 하의 3단계로 나누어 총 9단계로 구분된 계층으로 측정하였다. 자료 분석시에는 이를 다시 상 (중상류층 이상), 중 (중중층), 하 (중하류층 이하)의 세 집단으로 재구성하였다.

연구문제에 대한 자료분석방법으로는 빈도, 백분율, 다중회귀분석, 분산분석, 사후검정을 위한 Duncan test 등을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 감각추구성향, 물질주의가치와 의복과소비성향의 관계

감각추구성향과 물질주의가치가 의복의 과소비성향에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 2>와 같다.

감각추구성향과 물질주의가치 중에서 물질주의가치는 의복의 과소비에 유의한 영향을 미쳐 선행연구와 일치하는 결과가 나타났으나 (김민희, 1998; 이윤희, 홍병숙, 1998), 감각추구성향은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 여대생들이 유명 상표나 고가의 의류제품을 구입하려는 과소비성향은 물질주의가치가 높을수록 나타나는 것이며, 새로움이나 모험심 같은 다양한 경험과 감각을 추구하는 경향에 의한 것은 아니라고 할 수 있다.

<표 2> 감각추구경향, 물질주의가치와 의복과시소비성향의 관계

종속변수	독립변수	β	t	F	R ²
과시소비성향	감각추구경향	-0.096	-1.224	40.37***	0.387
	물질주의가치	0.593	12.446***		

***p<.001

2. 감각추구경향, 물질주의가치 및 의복과시소비성향과 의복구매행동과의 관계

감각추구경향, 물질주의가치 및 의복의 과시소비성향이 의복구매행동에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 3>과 같다.

유행선도력에 대한 영향을 살펴보면, 모든 변수들 즉 감각추구경향 ($\beta = 0.284$), 물질주의가치 ($\beta = 0.222$) 및 의복의 과시소비성향 ($\beta = 0.159$) 등이 유행선도력에 유의하게 영향을 미쳤으며, 그 중에서 감각추구경향의 영향이 가장 큰 것으로 나타나 유행선도자는 유행추종자에 비해 감각추구경향이 크다는 Kwon 등 (1996)의 연구결과를 지지하고 있다.

충동구매에 대한 영향을 살펴보면, 감각추구경향

($\beta = 0.320$), 물질주의가치 ($\beta = 0.279$) 및 의복의 과시소비성향 ($\beta = 0.189$) 등이 유의하게 영향을 미쳤으며, 그 중에서 감각추구경향의 영향이 매우 크게 나타나 김순아 등 (1999)의 연구를 지지하고 있다.

따라서 여대생의 유행선도력이나 충동구매 같은 의복구매행동에는 감각추구경향이 다른 성향에 비해 영향력이 크다는 것을 알 수 있다.

할인이용정도에는 의복의 과시소비성향 ($\beta = -0.313$)이 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타나, 과시소비성향이 높을수록 할인을 이용한 구매는 하지 않는다고 할 수 있다.

의복비에는 의복의 과시소비성향 ($\beta = 0.283$)이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 유명상표와 고가의 의복을 구매하여 자신의 지위를 과시하려는 성

<표 3> 감각추구경향, 물질주의가치 및 의복과시소비성향과 의복구매행동의 관계

종속변수	독립변수	β	t	F	R ²
유행선도력	감각추구경향	0.284	5.498***	30.154***	.238
	물질주의가치	0.222	3.489***		
	과시소비성향	0.159	2.535**		
충동구매	감각추구경향	0.320	6.640***	28.410***	.208
	물질주의가치	0.279	3.720***		
	과시소비성향	0.189	2.156**		
할인이용정도	감각추구경향	0.029	0.508	9.852***	.102
	물질주의가치	0.012	0.178		
	과시소비성향	-0.313	-4.498***		
의복비	감각추구경향	0.162	1.356	4.317***	.142
	물질주의가치	0.129	0.872		
	과시소비성향	0.283	1.949*		
구입량	감각추구경향	0.148	2.727***	29.235***	.165
	물질주의가치	0.348	6.441***		
	과시소비성향	0.044	0.667		

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

향이 높을수록 의복비 지출이 높다고 할 수 있다.

의복구입량에는 감각추구경향 ($\beta = 0.148$)과 물질주의가치 ($\beta = 0.348$)가 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 의복구입비에 대한 영향 요인과 다르게 나타나는 것으로 보아 여대생들은 새로움이나 모험심, 경험을 추구하려는 성향과 물질 소유에 대한 욕구를 고가의 의복이 아닌, 보다 저렴하면서도 다양한 의복을 많이 구매하는 행동을 통해 충족시키는 것으로 보인다.

3. 인구통계적 변인과 감각추구경향, 물질주의가치 및 의복 과소비성향의 관계

연구대상자의 학년, 한 달 용돈, 주관적 사회계층 등의 인구통계적 변인에 따른 감각추구경향, 물질주의가치, 과소비성향의 차이를 밝히기 위하여 일원분산분석과 사후검정을 위한 Duncan test를 실시하였으며, 그 결과는 <표 4>와 같다.

1) 학년에 따른 감각추구경향, 물질주의가치, 의복의 과소비성향의 차이

감각추구경향과 물질주의가치에서는 학년에 따른 집단간의 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. Zuckerman (1979)의 연구에서는 연령이 낮을수록 감각추구경향이 높다고 하였으나, 이와 다른 결과가 나온

<표 4> 인구통계적 변인에 따른 감각추구경향, 물질주의가치, 의복과소비성향 및 의복구매행동의 차이

		학 년				용 돈				사회계층		
		1	2	3	4	20만 미만	20~40만 미만	40~60만 미만	60만 이상	상	중	하
감각추구경향	M	3.25	3.32	3.23	3.32	3.15B	3.31B	3.29B	3.70A	3.40A	3.25B	3.24B
	F값	0.70				6.97***				3.09*		
물질주의가치	M	3.17	3.23	3.30	3.23	3.09C	3.21BC	3.32B	3.97A	3.42A	3.18B	3.13B
	F값	1.09				21.90***				10.48***		
과소비성향	M	2.94B	3.11AB	3.23AB	3.10A	2.88C	3.07BC	3.22B	4.07A	3.33A	3.06B	2.88C
	F값	3.46*				29.58***				14.14***		
유행 선도력	M	3.12AB	3.04B	3.07B	3.28A	2.93C	3.14C	3.41B	3.76A	3.41A	3.13B	2.84C
	F값	2.86*				12.14***				17.54***		
충동구매	M	2.89	2.91	2.91	3.08	2.63C	2.94BC	3.26B	4.34A	3.48A	2.82B	2.68B
	F값	0.88				21.71***				21.01***		
할인이용정도	M	2.00	1.97	1.89	1.90	2.03A	1.94AB	1.82B	1.64C	1.86B	1.94AB	2.01A
	F값	1.69				6.89***				3.04*		
의복 구입량	M	9.86A	7.86BC	8.47AB	6.45C	6.80C	7.35C	9.65B	17.63A	10.76A	7.35B	6.11B
	F값	6.12*				27.16***				18.18***		
의복비	M	2.73B	2.93AB	3.33AB	3.51A	2.18D	2.98C	3.65B	5.31A	4.49A	2.86B	2.25C
	F값	2.52*				58.07***				34.58***		

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

M은 집단의 평균값을 의미함

A, B, C, D는 Duncan test에 의한 집단간 차이 분석의 결과임

문자가 같을 경우 p<.05 수준에서 집단간에 유의한 차이가 나타나지 않았음을 의미함

것은 연구대상자인 여대생들의 연령 편차가 적기 때문에 큰 영향을 미치지 않았기 때문인 것으로 보인다.

의복의 과시소비성향은 학년이 높은 집단이 낮은 학년에 비해 의복의 과시소비성향이 높은 것으로 나타났다.

2) 한달 용돈 수준에 따른 감각추구경향, 물질주의가치, 의복의 과시소비성향의 차이

한 달 용돈 수준에 따라 모든 변인, 즉 감각추구경향, 물질주의가치, 의복의 과시소비성향에서는 .001 수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 용돈 수준이 높을수록 감각추구경향과 물질주의가치가 높았으며, 또한 의복의 과시소비성향이 높아지는 것으로 나타났다.

3) 주관적 사회계층에 따른 감각추구경향, 물질주의가치, 의복의 과시소비성향의 차이

사회계층에 따라 감각추구경향, 물질주의가치, 의복의 과시소비성향에서 집단간의 유의한 차이가 나타나, 사회계층이 높을수록 감각추구경향이 높고, 물질주의가치와 의복의 과시소비성향이 강하다는 것을 알 수 있다. 앞에서 살펴본 한 달 용돈수준에 따른 결과에 비해 집단 간의 차이가 그다지 크지 않은 것은 여대생들은 가계의 경제수준 보다는 보다 직접적이고 미시적인 경제 수준인 자신의 용돈 수준의 영향을 더 많이 받기 때문인 것으로 여겨진다.

4. 인구통계적 특성과 의복구매행동의 관계

연구대상자의 학년, 한 달 용돈 수준, 주관적 사회계층에 따른 의복구매행동의 차이를 밝히기 위하여 일원분산분석과 사후검정을 위한 Duncan test를 실시하였으며, 그 결과는 <표 4>와 같다.

1) 학년에 따른 의복구매행동의 차이

유행선도력과 의복구입량, 의복비 지출에서 학년에 따른 유의한 차이가 나타났다. 즉 학년이 높을수록 유행선도력이 높고, 의복비 지출이 많은 것으로 나타났다.

의복 구입량에 있어서는 학년이 낮을수록 구입량이 많았으며, 1학년이 평균 약 10벌, 2, 3학년이 평균

약 8 ~ 9벌, 4학년이 평균 7벌을 구입한 것으로 나타났다. 이는 1학년인 경우 그 동안 고등학교 시절에 착용하던 교복 대신에 입을 새로운 의복이 많이 구입했기 때문이며, 4학년인 경우 의복착용 경험이 많아 그동안 누적된 의복량 때문에 새로이 의복을 구입할 필요가 없었기 때문인 것으로 여겨진다.

의복구입량과 의복비에서 학년에 따른 차이가 상반되게 나타나는 것은 1학년은 의복구입량은 많아졌지만 구매 품목에 있어서 대학 생활에 적합한 비교적 저렴한 캐주얼 웨어를 많이 구입하고, 4학년은 새로 구입하는 의복량은 적지만 과시소비성향이 높기 때문에 의복단가나 보다 고급스러움과 유명상표를 지향하기 때문인 것으로 보인다.

2) 한달용돈 수준에 따른 의복구매행동의 차이

한달 용돈 수준이 높을수록 유행선도력, 충동구매가 증가하였으며, 의복구입량과 의복비가 많아지는 것으로 나타났다. 그러나 할인이용정도는 용돈 수준이 낮은 집단일수록 많은 것으로 나타났다. 학년이 나 주관적 사회계층에 따른 집단간의 차이와 비교해 볼 때 용돈 수준에 따른 집단간의 차이가 크게 나타나 여대생들은 의복구매행동에서 한달 용돈 수준의 영향을 많이 받는다는 것을 알 수 있다.

3) 사회계층에 따른 의복구매행동의 차이

주관적 사회계층이 높은 집단이 유행선도력이 높고, 충동구매가 많으며, 의복비지출과 의복구입량이 많은 것으로 나타났으며, 주관적 사회계층이 낮은 집단은 계층이 높은 집단에 비해 의복구매시 할인이용정도가 높은 것으로 나타났다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 소비자의 감각추구경향, 물질주의가치, 인구통계적 특성이 의복의 과시소비성향에 미치는 영향을 파악하고, 이러한 소비자 특성과 의복구매행동과의 관계를 밝히고자 하였으며, 이를 위해 여대생들을 연구 대상으로 선정하였다.

의복의 과시소비성향에 대한 영향 요인을 살펴보면, 물질주의는 의복의 과시소비성향에 영향을 미치는 주요인이었으며, 감각추구경향은 관계가 없었다.

또한 인구통계적 특성 중에서 한 달 용돈과 주관적 사회계층이 높을수록 감각추구경향, 물질주의가치, 의복의 과시소비성향이 높은 것으로 나타났다.

또한 감각추구경향, 물질주의가치, 의복과시소비성향 및 인구통계적 특성 등의 소비자 내적, 외적 특성이 의복구매행동에 미치는 영향을 살펴보면, 유행선도력은 감각추구경향, 물질주의가치, 의복의 과시소비성향이 강할수록, 학년이 높을수록, 한 달 용돈 수준과 사회계층이 높을수록 큰 것으로 나타났다.

충동구매 역시 감각추구경향, 물질주의가치, 의복의 과시소비성향이 강할수록, 한달용돈 수준과 사회계층이 높을수록 충동구매를 많이 하는 것으로 나타났다. 그러나, 학년에 따른 차이는 없었다.

할인이용 정도는 의복의 과시소비성향이 적을수록, 한달용돈 수준과 사회계층이 낮을수록 할인이용 구매가 많은 것으로 나타났다.

의복비는 의복의 과시소비성향이 높고, 학년과 한 달 용돈, 사회계층이 올라갈수록 지출하는 의복비가 많아지는 것으로 나타났다. 의복구입량은 감각추구경향과 물질주의가치가 강할수록, 학년이 낮을수록, 한달 용돈 수준과 사회계층이 높을수록 많아지는 것으로 나타났다.

이상과 같은 연구결과에서 여대생의 의복구매행동에는 변화와 새로움, 복잡하고 다양한 감정의 경험을 느끼고자 하는 인성인 감각추구경향이 큰 영향을 미치고, 그외에 물질의 소유와 소비를 통해 행복을 추구하려는 가치체제인 물질주의, 물질주의 가치에 의한 과시소비성향 및 인구통계적 특성 등이 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다.

또한 감각추구경향과 과시적 소비와의 관계가 나타나지 않은 결과로 미루어, 여대생들의 의복에 대한 과시적 소비가 쾌락적, 감정적 측면의 행동이 아니고 보다 인지적이고 사회적 측면의 욕구가 강한 소비자행동이라고 할 수 있을 것이다.

본 연구는 여대생들을 임의표집하여 얻은 결과이므로, 전체 연령층으로 확대 해석하는 데에는 신중을 기해야 할 것이다. 후속 연구에서는 다양한 연령층의 비교와 각 소비자 특성의 차원을 구체화시켜 각 차원의 영향관계를 밝힐 필요가 있을 것으로 보인다.

검색어 : 의복의 과시소비성향, 물질주의, 감각추

구경향.

참고문헌

1. 김민희 (1988). 물질주의성향에 따른 의복구매행동에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위 논문.
2. 김순아, 이영선 (1999). 소비자의 감각추구경향, 의복구매욕구와 의복구매행동의 관계 연구. 한국 의류학회지 23 (5): 672-683.
3. 박민규, 고애란 (1998). 의류제품에 대한 상표 다양성추구 성향의 영향요인. 한국의류학회지 22 (7): 901-910.
4. 백경미 (1995). 도시주부의 과시소비성향과 영향요인. 서울대학교 석사학위논문.
5. 신수연, 이정미 (1998). 여성 캐릭터 의류 브랜드 구매자의 충동구매에 영향을 미치는 마케팅 요인과 브랜드 이미지에 대한 연구. 한국의류학회지 22 (7):833-842.
6. 유명의 (1993). 의복의 과시적 소비현상과 사회계층과의 관계 연구. 전남대학교 박사학위 논문.
7. 이소정 (2000). 물질주의 성향에 따른 의복평가 기준과 자민족중심주의에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위 논문.
8. 이민경 (1997). 아노미와 의복의 과시적 소비행동에 관한 연구. 상명대학교 박사학위 논문.
9. 이옥희, 홍병숙 (1998). 청소년들의 상징적 의류제품 소비성향과 관련변수와의 관계 연구. 한국 의류학회지 12 (6):781-972.
10. 정유진 (1998). 소비자의 감각추구성향이 의복에 대한 탐색적 행동에 미치는 영향. 서울대학교 석사학위 논문.
11. 주섭중 (1995). 소비행동에 있어서 물질주의 성향과 정보탐색행동의 관계에 관한 연구. 광고연구 26 (봄호) : 259.
12. Kwon, Y. H. and Workman, J. E. (1996). Relationship of Optimum stimulation level to fashion behavior. *Clothing and Textiles Research Journal*, 14 (4): 249-256.
13. Mason, R S. (1984). Conspicuous Consumption: A Literature Review, *European Journal of Marketing* 18 (3): 26-39.

14. Mehrabian, A. & Russell, J. A. (1974). *An approach to Environmental Psychology*. The Massachusetts Institute of Technology.
15. Mowen, J. C. (1995). *Consumer Behavior* (4th ed.), Prentice-Hall.
16. Raju, P. S. (1980). Optimum stimulation level : Its relationship to personality, demographics & exploratory behavior. *Journal of Consumer Research* 7 : 272-282.
17. Workman, J. and Johnson, K. K. (1993). Fashion opinion leadership, fashion innovativeness and need for variety. *Clothing and Textiles Research Journal* 11 (3) : 60-64.
18. Zuckerman, M (1971). *Sensation-Seeking: Beyond the optimal level of arousal*. Hillsdale NJ Lawrence Erlbaum.