

여성소비자의 사치소비행동에 영향을 미치는 변인분석

홍은실(전남대학교 생활환경복지학과 부교수)

이 연구는 먼저 사치소비에 관한 선행연구 고찰을 통해 사치소비 개념을 조작화하여 사치소비의 차원과 내용을 구성한 후 척도를 개발하고자 한다. 그런 다음 사치소비의 주된 주체인 성인여성을 대상으로 하여 그들의 사치소비수준을 진단하고, 사치소비에 영향을 미치는 개인적 특성 요인을 규명하고자 하였다.

구체적인 연구문제는 다음과 같다.

[연구문제 1] 사치소비는 어떠한 하위영역과 내용으로 구분되는가?

[연구문제 2] 여성의 사치소비수준은 어떠한 경향을 보이는가?

[연구문제 3] 여성의 사치소비수준은 배경변인에 따라 어떠한 차이가 있는가?

[연구문제 4] 여성의 사치소비에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?

연구문제를 해결하기 위해 2012년 1월 예비조사를 실시하여 설문지를 수정, 보완하였다. 본 조사는 온라인 조사업체(now & future)를 통해 2012년 2월 서울·경기도, 대전·충청도, 광주·전라도, 대구·부산·경상도, 강원도·제주도에 거주하는 성인여성을 대상으로 지역의 인구비율을 고려한 일정 수를 할당하여 이메일로 온라인 설문지를 배포하여 최종 자료분석에 479부가 사용되었다. 수집된 자료는 SAS통계패키지를 사용하여 요인분석, 일원분산분석과 던컨검증, 피어슨의 적률상관관계분석, 위계적 중다회귀분석 등을 실시하였다.

주요 연구결과와 그에 따른 결론은 다음과 같다.

첫째, 조사대상 성인여성의 사치소비 수준은 중간점수를 기준으로 했을 때 중간보다 약간 낮았으며, 고급품 소비수준보다 과도한 소비수준이 상대적으로 더 높았다. 연령별로는 20, 30대 여성보다 40, 50대 여성이, 그리고 기혼여성의 사치소비 수준이 더 높았다. 개인의 재정 관리는 물론이고 가계의 재정까지 주로 맡아서 관리하는 사오십대 기혼 여성의 사치소비 수준이 상대적으로 가장 높다는 것은 우리나라 여성의 사치소비가 개인은 물론 가계에까지 부정적인 영향을 끼칠 수 있는 가능성이 크다는 것을 보여 준다.

둘째, 자기 자신만을 위해 지출하는 월평균 개인지출액이 높은 여성의 경우 사치소비 수준이 더 높았다. 이는 자신만의 소비를 위해 할당되는 지출액이 많을수록 사치소비를 많이 하는 것이며, 역으로는 사치소비를 많이 하는 여성일수록 개인지출액이 많을 것이므로 상호관련성이 있는 것으로 보인다.

셋째, 학력과 직업, 종교와 신앙심, 거주지역은 여성의 사치소비수준에 의미있는 차이를 보이지 않았다. 사치를 현대 소비사회의 문화현상으로 받아들여야 하는 현시점에서 사치소비는 그 사람의 학력이나 직업, 거주지역과 상관없이 나타나는 현상이며 종교와 신앙수준

에 따라서도 사치소비 수준이 달라지지 않았다.

넷째, 다른 변인들의 영향력을 통제하지 않은 상태에서는 자아존중감을 제외한 모든 영향변인이 사치소비에 긍정적인 상관을 보여 과시·동조적, 쾌락적, 구별적 소비가치를 지닐수록 물질주의 성향이 높을수록 통제위치가 외적통제중심일수록 개인지출액이 많을수록 연령이 높을수록 그리고 결혼을 한 여성의 경우 사치소비 수준이 높았다. 연령과 결혼여부는 다른변인을 통제하지 않는 분산분석과 상관관계분석에서는 유의한 변인이었으나 회귀분석에서는 직접적인 영향력이 발견되지 않았다.

다섯째, 여성의 사치소비를 설명하는 데 있어서 가장 영향력이 큰 변인군은 심리특성변인군이었으며, 그 다음은 소비가치변인군이였다. 특히 심리특성변인 가운데 물질주의 가치는 사치소비에 큰 영향을 미치는 변인이었으나 소비가치변인을 통제하였을 때는 그 영향력이 크게 감소하였다.

여섯째, 쾌락적 소비가치는 상관관계분석에서는 사치소비와 유의한 정적 상관관계를 보였으나 다른 변인들을 통제한 상태에서는 유의한 변인으로 등장하지 못하였다. 쾌락적 가치는 구매라는 과업완수보다는 즐거움과 유희를 그 결과로 추구하는 감정적인 가치이므로 쾌락적 가치를 추구하는 경우 사치소비를 할 가능성이 클 것으로 예측하였으나 사치소비에 대한 직접적인 영향은 나타나지 않았고 다른 변인을 매개로한 간접 효과의 가능성만을 조심스럽게 예측해 본다. 이로써 Vigneron과 Johnson(1999)이 제시한 대인적 효과(interpersonal effect)에 영향을 받는 소비가치는 사치소비에 직접적인 영향을 미치나 개인적 효과(personal effect)에 의한 소비가치는 사치소비에 직접적인 영향은 미치지 않는 것이었다.

일곱째, 사치소비에 가장 큰 영향을 미치는 변인은 소비가치 가운데 과시·동조적 가치이며, 그 다음은 통제위치, 구별가치, 월평균 개인지출액, 물질주의 성향 순이었다. 즉 여성소비자는 소비가치 가운데 과시·동조적 가치수준이 높을수록 구별가치수준이 높을수록 주어진 환경에 대한 통제권이 외부에 있다고 느낄수록 월평균 개인지출액이 많을수록 물질주의 성향이 높을수록 사치소비수준이 높았다. 다시 말해 소비를 통해 자신의 지위나 능력, 이미지 등을 과시하고자 하는 가치, 소속되고자 하는 집단의 지위나 능력, 이미지 등에 편승하고자 하는 가치, 타인과 구별되는 개성을 추구하는 소비가치가 높은 여성일수록 분수에 넘어서는 소비와 고급품을 필요이상으로 소비하는 경향이 높았다. 그리고 자신의 삶을 자신이 통제할 수 없고 외부 환경에 좌우된다고 생각할수록 그리고 물질의 소유를 통해 행복을 추구하는 여성일수록 분수에 넘어서는 소비와 고급품을 과다 소비하였다.

참고문헌

- 김난도(2007). 사치의 나라, 럭셔리 코리아. 서울: 미래의 창.
- 박은희, 구양숙(2008). 대학생의 자기효능감 유형에 따른 소비가치. 한국생활과학회지, 17(5), 927-938.
- 성수행(2012). 성인여성의 명품에 대한 소비가치와 태도가 소비행동과 만족도에 미치는 영

- 향. 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 양숙희·한수연(2007). 영화의상에 나타난 사치성에 관한 연구: 할리우드 황금기 영화의상을 중심으로, *복식*, 57(4), 81-94.
- 유재명(2007). 프랑스의 사치산업과 문화: 콜베르 위원회를 중심으로, *한국프랑스학논집*, 제 60집, 245-264
- 이미아, 이은영(2010). 미혼여성의 독립적 성향에 따른 소비가치와 의복추구혜택에 관한 연구. *복식*, 60(5), 139-156.
- 채진미, 이은영(2005). 연령과 사회계층 변인에 따른 해외 명품에 대한 태도와 구매빈도. *한국의류학회지*, 29(6), 885-895.
- 한유화, 정진경(2007). 2요인 자아존중감 척도: 개인주의적 및 집단주의 요인. *한국심리학회지*, 21(4), 117-131.
- 홍은실(2005a). 중, 고, 대학생의 돈에 대한 태도와 소비행동에 관한 연구 - 청소년 단계와 성별 비교. *한국가정관리학회지*, 23(5), 103-121.
- 황선진, 이운경(2000). 소비자의 물질주의 특성과 제품의 가격, 구매시점 광고가 구매행동에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 24(6), 884-894.
- Babin, B. J., Darden, W.R., and Griffin, M.(1994). Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value. *Journal of Consumer Research*, 20(March), 644-656.
- Bosshart, D.(2001). *Die Zukunft des Konsums ; 소비의 미래: 21세기 시장 트렌드*, 박종대역, 생각의 나무, 2001
- Lipovetsky, G. and Roux, E, *Le Luxe eternel: de l'age du sacre au temps des marques; 사치의 문화: 신성의 시대에서 상표의 시대로*, 유재명 역(2004), 문예출판사
- Malcolm, K.(1994). *Self-esteem, internal locus of control: Relationship to marital satisfaction*. Unpublished Master's Thesis: Iowa State University.
- Marlatt, G.A., Daonovan, J.B., and Kivlahan, D.(1988). Addictive behaviors: Etiology and treatment. *Annual Review of Psychology*, 39, 223-252.
- Ferry, V.G. and Morris, M.D.(2005). Who Is in Control? The Role of Self-Perception, Knowledge, and Income in Explaining Consumer Financial Behavior. *The Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 299-313.
- Rotter, J. B.(1966). Generalized Expectancies for Internal versus External Control of Reinforcement. *Psychological Monographs*, 80, 1-28.
- Rubenstein, C.(1981). Money and self-esteem, relationships, secrecy, and satisfaction. *Psychology Today*, 15(5), 29-44.
- Vogneron, F. and Johnson, L.W.(1999). A Review and a Conceptual Framework of Prestige-Seeking Consumer Behavior. *Academy of Marketing Science Review*, 1999(1), Available: <http://www.amsreview.org/articles/vigneron01-1999.pdf>.