

대학생소비자의 온라인 토론; 대학생의 명품선호에 대한 태도

김시월(건국대학교 소비자정보학과 교수)
정보라(건국대학교대학원 소비자정보학과 석사과정)

본 연구는 대학생의 신분을 지닌 소비자가 명품을 선호하는 것에 대한 대학생소비자의 찬성 및 반대의 태도를 온라인상에서 토론한 것을 기초로 하였다. 특히 온라인상에서의 토론이므로 면대 면이 아니라는 점에서 다양한 의견개진이 가능하며, 또한 구체적인 관련 연구를 실행하기 전에 예비조사의 성격으로 이루어졌다. 대상은 주로 K대학교 대학생을 대상으로 하였으며, 전체 468명의 대학생소비자의 의견이 이루어졌다.

그 결과 전체 468명의 학생 중에서 찬성의 의견을 보인 대학생소비자는 224명으로 47.86%를 보였으며, 반대의 의견을 보인 대학생소비자는 244명으로 52.14%를 보여 반대가 약간 더 많았다.

찬성의 이유를 보면, 첫째, 신분이나 사회적 지위 상에서 '명품을 사는 것이 옳다, 옳지 않다'라고 하는 것은 도덕적 혹은 사회적 시선으로 판단할 필요가 없다는 생각이 많았으며, 둘째, 자신의 구매한도 내에서 자신의 능력으로 산다면, 대학생 즉 성인으로써 자신의 의사결정이므로 지극히 정상적인 일이라고 생각하는 것이 지배적이었다. 셋째, 소비자라면 더 질이 좋고 아름다운 명품을 선호하는 현상은 당연하다는 지적이었으며, 넷째, 어떠한 학생이라도 명품을 사려고 마음을 먹기까지는 많은 고민과 결정이 필요하므로 이러한 과정에 걸쳐진 결정은 사치스러운 것으로 볼 수 없다는 의견이 있었다. 다섯째, 자신만의 명품을 사기 위하여 용돈을 모으는 행위는 자신의 소비유형을 되돌아 볼 수 있게 하는 장점이 있으며, 여섯째, 명품 구입으로 남들과 다른 차별화를 도모하는 것은 자신의 자존감을 향상하는 데 도움이 된다고 지적하였다. 그리고 일곱째는 명품이란 오랜 세월을 두고 사용하여도 변함이 없을 정도로 희귀성이 있으며, 정성들여 만든 상품이므로 값으로 환산이 불가능할 정도로 자체적으로 무한한 가치를 지니고 있으므로 소비상향을 볼 수 있다고 하였다.

반대의 이유를 보면, 첫째, 명품을 가져서 빛내기 보다는 나 자신이 명품의 가치로 만드는 것이 더 중요하다, 둘째, 고정적인 수입이 없는 학생의 경우 분수에 맞지 않게 맹목적으로 명품을 선호하게 되면 이를 얻기 위해 무리한 아르바이트를 한다거나 잘못된 방법으로 돈을 버는 등의 부작용이 생길 우려가 있다, 셋째, 무조건 명품소비는 대학생에게 합리적인 소비행동이 아니다, 넷째, 지나친 명품 선호는 대학생활을 통하여 갖추어야 할 소양을 잊게 할 수 있다는 지적이 있었다. 다섯째, 제품들의 여러 가지 성능, 측면들을 고려하고 신중히 판단해 명품을 선택하는 것이 아니라 명품이라는 브랜드의 네임 벨류 만을 고려하여 소비하는 맹목적인 명품 선호는 옳바르지 못한 소비행태. 이것이 유행을 타 사회적

으로 전반적인 트렌드가 되면 많은 학생들이 진정 자신이 원해서보다는 다른 사람들의 시선을 의식하고 단순히 따라 하기 위해서 소비하는 경우가 많아질 것이라고 우려하였다. 여섯째, 경제활동을 앞둔 사회적 위치에 있는 대학생들이 본인의 분수에 맞지 않는 과소비를 하면 앞으로의 소비습관에 문제가 생길 것이다, 그리고 마지막으로 명품을 갖지 못한 학생들에게 위화감이 조성될 것을 우려하여 반대하였다.

결론적으로 살펴보면, 대학생은 아직 소득이 일정하지 않지만, 소비에는 어느 정도 적극적으로 참여하고 있어, 대학생도 중요한 소비자이고, 또한 앞으로 소득활동을 적극적으로 할 잠재적인 소득자이다. 따라서 이 때의 소비가치관 형성이 가까운 미래를 좌우할 정도로 중요한 시기임에는 틀림없다. 특히 소비는 개인의 선택에서 출발하며, 그리고 상품과 서비스를 잘 선택하여 효용과 만족을 도모해야 한다. 또한 소비의 특성은 개인의 만족에서 끝나는 것이 아니라, 주변과 환경에 영향을 끼치는 소비문화확산적인 요소가 있다. 따라서 소비 관련 건전한 문화의 정착이 요구되며, 이를 통제할 수 있는 소비자의 역량이 요구되어, 근간 소비자교육의 중요성이 다시 한 번 강조된다고 본다.