

여성소비자의 사치 - 검약소비 유형분류 및 특성분석

Classification and Analysis according to the Luxury - Frugality Consumption of Female Consumers

홍은실*

전남대학교 생활환경복지학과

Hong, Eunsil*

Dept. of Family Environment and Welfare, Chonnam National University

Abstract

The purpose of this research is to explore the levels of luxury-frugality consumption of the female consumers and classify their types on luxury-frugality consumption behaviors. Total of 479 on-line questionnaires were surveyed nationwide for this research in February, 2012. Statistical analysis was achieved by using t-test, one-way ANOVA, Duncan's multiple range test, χ^2 , and Ward' hierarchical cluster analysis with a total of 479 questionnaires. The research results are summarized as follows: First, the overall luxury-frugality consumption average mark of female consumers was 2.44. Second, all surveyed female consumers were classified into four types based on the means scores of two dimension luxury-frugality consumption behaviors. A total 26.51% of female consumers belonged to Type 1 (named as luxury consumption group) where females scored high points on two dimension luxury consumption behaviors. Type 2 (named as excessive consumption group) occupied 32.78% and this group scored low on the luxurious consumption but high on the overconsumption. Type 3 (named as prefer prestige group) occupied 28.39% and this group scored low on the overconsumption but high on the luxurious consumption. Type 4 (named as frugal consumption group) had 12.32% of females whose scores of two dimension luxury-frugality consumption behaviors were low.

Keywords: luxury-frugality consumption, self-esteem, materialism, locus of control, attitude toward money

I. 서론

과거와 달리 더 이상 정치적 이데올로기나 종교, 계급 의식 등이 인간의 정체성의 뿌리가 되지 않는 오늘날은, '나는 누구인가'라는 질문에 대해 소비를 통해 답을 하고자 하는 소비사회가 되었다. 현대소비사회는 소비가 자신의 존재의 의미를 느끼게 하고 소비가 새로운 정체성을 부여해 주는 기능을 하는 것이다. 시장의 상품은 이제 단순한 물질이나 대상을 넘어서서 상품을 소비하는 것은 그

것을 생산, 유통, 소비하는 사람들의 자기표현으로서 상징적 의미를 가진다. 이 때문에 상품은 상품의 외형적인 디자인, 브랜드 이름, 물건을 사용할 때의 분위기와 기분, 이미지 등의 상징적 언어가 되었다(Baudrillard, 1970/1992).

한편 끊임없이 개발되어 출시되는 신제품과 혁신적인 기능, 마음을 통째로 빼앗는 매력적인 광고와 시험사용, 오감을 자극하는 이벤트 등의 마케팅 전략은 소비자들로 하여금 소비욕망을 부추기며 과다하고 분수에 넘는 소비를

* corresponding author: Hong, Eunsil
Tel: 062-530-1325
e-mail: esmail@korea.com

조장하고 있다. 현대의 복잡한 사회경제적 환경은 과거 부유한 권력층의 전유물이었던 사치소비를 맘만 먹으면 누구나 누릴 수 있는 비교적 사회계층을 초월하여 범사회적으로 향유할 수 있도록 하였다(Hong, 2011). 우리나라는 1980년대 이후 수입자유화 등 정부의 개방화 정책과 함께 사치소비의 기회가 증가되었으며, 그 후 급속한 경제성장으로 인한 소비수준의 향상은 소비선택의 폭을 증가시켰으며, 이러한 사회 전반적인 흐름 때문에 사치소비가 크게 늘어났다.

물론 사치품 소비를 통해 기분전환과 카타르시스, 보상 심리회복, 오락, 개성표현 등의 만족과 행복을 얻을 수 있다는 사치소비의 긍정적인 면도 있으며, 사치소비 문화가 현재와 미래 사회에서 피할 수 없는 사회현상이기 때문에 어느 정도 분수에 맞게 적절하게 사치소비를 하는 것도 개인의 행복을 얻는데 기여할 수 있을 것이다(Hong, 2011). 하지만 사치소비는 긍정적인 면보다 부정적인 면이 미치는 악영향이 더욱 크다. 개인·가족적으로는 사치소비의 결과로 심리·행동적인 문제를 낳으며, 재정파산 등의 경제적 어려움을 겪을 수 있다. 사회 전체적으로는 지나친 자원낭비와 그로 인한 천연자원고갈, 쓰레기 문제 등의 환경문제와 외모지상주의와 물질만능주의, 사회적 위화감, 겉치레 중시 등의 사회병폐를 초래한다. 한번 높아진 소비수준은 낮추기가 무척 어렵다. 소비의 양과 질 모두 한번 올라가면 낮추기는 무척 어려워 사치소비에 빠지게 되면 우리는 스스로 소비절제를 할 수 없게 되어 소비의 노예가 되어 고통 받게 된다.

남녀노소의 사치대중화 시대에서도 아직까지는 성별에서는 여성, 연령에서는 성년기(成年期)에 해당하는 성인 여성의 사치가 더욱 두드러지리라 생각되므로 성인여성을 대상으로 한 사치연구가 필요하다. 실제 경험적 연구에서도 사치소비와 밀접한 관련이 있는 명품소비 역시 남성에 비해 여성이 명품 선호도(Jeong *et al.*, 2003)가 높으며, 명품소비 태도와 행동에 관한 연구는 대다수가 여성을 대상으로 수행된 연구들(Lee & Rhee, 2010; Yoo, 2008; Park & Hahn, 2006; Chae & Rhee, 2005)이었다.

사치에 관한 사전적 정의를 살펴보면, 사치란 ‘필요 이상의 돈이나 물건을 쓰거나 분수에 지나친 생활을 하는 것’(Naver Korean Dictionary)이며, Hong과 Jeong(2012) 역시 사치소비를 소비의 양적인 측면에서는 과도한 소비, 소비의 질적인 측면에서는 명품과 같은 고급품 소비로 사치소비의 하위영역을 나누고 이 측면을 모두 충족하는 경우를 사치소비로 조작화하였다. 하지만 성인여성의 소비

행동에는 사치소비만 있는 것이 아니라 사치소비의 정반대 극단에는 검약소비가 있을 수 있다. 오늘날의 검약소비는 단순한 경제적 절약만을 강조하는 소비라기보다 자연생태계를 보호하고 미래 지속가능한 소비를 위한 소비윤리의 키워드가 되는 소비로서 자발적인 소비절제와 검약소비는 미래지향적인 소비자의 소비규범이 된다고 할 수 있다. 그리고 사치소비에서도 소비의 양적인 측면이 강한 소비자와 소비의 질적인 측면에 보다 치중하는 소비자도 있을 것이다.

따라서 본 연구는 성인여성의 사치소비성향을 소비의 양적 측면과 질적 측면, 즉 ‘과도한 소비’와 ‘고급품소비’로 나눈 후 사치의 반대 개념인 검약을 사치소비 반대개념으로 설정하여 사치와 검약의 양극 소비지표를 구성할 것이다. 그런 다음 사치-검약소비를 특성변인으로 하여 조사대상 성인여성을 다양한 사치-검약소비 유형으로 분류하여, 분류된 유형의 사치-검약소비행동의 특성을 기술하고 그 유형 별 인구통계학적 특성과 사회심리적 특성, 재무관련 특성을 밝힘으로써 성인여성의 사치-검약소비에 대한 기초 결과를 마련하고자 한다. 이러한 결과는 성인여성소비자의 바람직한 소비행동의 방향을 제시하기 위한 소비자교육 프로그램 개발과 실행에 유용하게 사용될 수 있을 것이다.

II. 선행연구고찰

1. 사치-검약소비

사치(奢侈)에 대한 사전적 정의를 살펴보면, 사치란 ‘주로 씌임이나 꾸밈새, 행사의 치레 따위에서 필요 이상의 돈이나 물건을 씌으로써 자신의 분수에 지나친 생활을 하는 것’(Daum Korean Dictionary), 또는 ‘분에 지나치게 의복, 음식, 거처 따위를 치레함’(YahooKorea Korean Dictionary)으로 정의된다. 즉 사치를 간단하게 정의하면 자신의 경제능력을 넘어서는 물품을 필요이상으로 소비하는 것이다. 사치와 비슷한 개념으로는 낭비와 호사가 있으며, 반대 개념으로는 검소 또는 검약이 있다(Naver Korean Dictionary).

한편 Inami Richco(1997)는 사치라는 문화형태가 자기파멸과 역사의 유산이라는 경계에서 어떻게 줄달음치는지의 기준으로 ‘자기를 죽이는 사치’와 ‘후세를 보듬는

사치'의 구별로 그리고 '물질적 사치'와 '정신적 사치'의 구분을 통해서 가능하다고 했다. 다시 말해 지나치게 물질적인 사치는 자기를 죽이는 사치이며 자기파멸을 가져 오고, 정신적 사치는 후세를 보듬는 역사의 유산이라는 것이다. 그는 절대적 자유를 목표로 하는 정신의 유희에 몸을 맡기는 정신적 사치야말로 궁극적인 사치라고 했다. 그러나 이 연구에서는 물질적 사치만을 사치소비의 영역으로 다룰 것이다. 물질적 사치의 대표적인 대상인 소위 명품이라는 상품은 단지 특정 계층이나 특정인의 고상한 욕망에 부응하는 사용가치라기 보다 사회적 코드에 기초한 의미작용에 의해 산출되며, 기회로서의 다른 사물들과의 의미상의 차이뿐만 아니라 서열적 지위의 가치로서 소비되는 상징적 가치를 갖는다(Park, 2007: p.282 재인용).

Hong과 Jeong(2012)은 사치소비에 대한 개념정의를 종합하여<Table 1>, 사치소비를 두 가지 특성으로 요약하였다. 첫째, 사전에서 사치의 비슷한 말로 낭비와 호사가 거론되는 것처럼 사치가 소비의 양적인 측면에서는 '필요이상의 과도한 소비' 즉 낭비의 특성을 가진다는 것이며, 둘째로 질적인 측면에서는 보다 질 좋은 물품으로 '분에 넘치는 물품/고가품/호화품/희소품/고품질 예술품 소비' 즉 고급품 소비의 특성을 지닌다고 하였다. 따라서 Hong과 Jeong(2012)은 사치소비를 양적인 측면에서의 '필요이상의 과도한 소비(낭비)'를 하면서, 질적인 측면에서는 보다 질 좋은 '고급품의 소비'를 하는 것으로 정의하면서 양적인 측면과 질적인 측면을 모두 충족하는 경우를 사치소비로 간주하였다.

겸약(儉約)은 '돈이나 물건, 자원 따위를 낭비하거나

사치하지 않고 아껴 씀'(Naver Korean Dictionary; Daum Korean Dictionary; Basic Korean Dictionary Published by the National Institute of the Korean Language)이란 뜻으로 사치소비의 정반대 개념이라 할 수 있어서, 사치와 겸약을 양극단으로 하는 하나의 소비 지표의 척도구성이 가능할 것이다.

2. 사치-겸약소비 관련변인

이 연구에서는 사치-겸약소비와 관련된 변인으로 사회심리적 변인과 재무관련 변인으로 나누어 고찰하고자 한다.

1) 사회심리적 변인

사치-겸약소비와 관련이 있는 개인의 사회심리적 특성 변인으로는 자아존중감과 통제위치, 물질주의 성향, 돈에 대한 태도를 들 수 있다.

① 자아존중감

자아존중감은 자신의 특성에 대한 긍정적 혹은 부정적 평가로서 자기 존경의 정도와 자신을 가치 있는 사람으로 생각하는 정도를 의미하며(Rosenberg, 1965), 수많은 선행연구들(Hira & Mugenda, 1999; Malcolm, 1994; Prince, 1993; Faber, 1992; Mugenda et al., 1990; Scherhorn et al., 1990; Belk, 1988; Rook et al., 1985; Rubenstein, 1981)은 자아존중감이 돈에 대한 신념과 소비자행동을 설명하는데 중요하다고 지적하였다. 사람들

<Table 1> Sub-content of the Luxury Consumption

| Luxury Consumption | | Sub-content |
|--------------------|-----------------|---|
| Source | | |
| Dictionary | Naver | consume more money(good and service) than is necessary/excessive consumption |
| | Yahoo Korea | overspend |
| | Le Grand Robert | consume unnecessary/ high-quality/ splendidness/valuable rarity/ superfluity |
| | Kim(2007) | unmerited consumption/ high-quality/ consume more money than is necessary |
| | Yu(2007) | high-quality/ splendidness/ superfluity/ valuable rarity/consume more money than is necessary |
| | Commite Colbert | spend high-grade/ surplus/ valuable rarity/high-quality/ art |

* Source: Hong & Jeong(2012) p.26

의 돈에 대한 신념은 자신에 대해 어떻게 느끼는지에 달려있고, 이러한 자신에 대한 평가와 돈에 대한 신념은 실제적인 시장에서의 소비자행동에 영향을 미친다.

주로 자아존중감은 합리적인 소비행동과는 정적(+)인 상관관계가 있어서 자아존중감이 높을수록 계획소비(Hong, 2005a)와 합리적인 소비행동(Grable & Joo, 2001) 수준이 높았다. 반면 자아존중감은 문제가 있는 소비행동과는 부적(-)인 관계가 있어서 자아존중감이 낮을수록 과소비(Hong, 2005a; O'Quinn & Faber, 1989; Marlatt *et al.*, 1988; Jacobs, 1986)와 충동구매(Hong, 2005b; Huh, 2001; Faber, 1992; Hanley & Wilhelm, 1992; Scherhorn *et al.*, 1990; Rook *et al.*, 1985), 상징적 소비성향(Kim *et al.*, 2005), 모방소비(Huh, 2001), 강박구매(Kang, 2004; Song, 1991)를 많이 하는 것으로 밝혀져서 자아존중감은 사치소비와는 부적 관계가, 검약소비와는 정적 관계가 있을 것이다.

한편 Han과 Chung(2007)은 기존의 자아존중감 척도가 집단주의 문화권 사람들에 비해 개인주의 문화권 사람들의 자아존중감을 다소 높게 측정하는 경향이 있어서 기존의 척도가 비교문화적 측면을 고려하지 않았다고 주장하였다. 그래서 이러한 비교문화적인 측면을 고려하여 집단주의 문화권과 개인주의 문화권 사람들이 갖는 특성을 모두 반영한 2요인 자아존중감 척도를 개발하였으며, 이 척도는 집단주의 문화권에 해당하는 우리나라 사람들의 자아존중감을 측정하는 데 바람직할 것이다.

② 통제위치

통제위치는 개인의 주어진 환경에 대한 통제권이 어디 있는지에 대한 관점으로 통제의 위치가 외부에 있다고 생각하는 사람은 자기가 처한 환경이나 조건의 통제권이 자신이 아닌 바깥, 즉 자기외부에 있다고 생각하여 자신의 삶을 자신이 통제할 수 없다고 생각한다. 반면 통제의 위치가 내부에 있다고 생각하는 사람은 자신의 삶을 자신이 통제할 수 있다고 생각한다(Rotter, 1966). Park 등(2010)은 통제위치란 자신의 운명이 자신의 내부요인에 의해 통제된다고 믿거나 또는 타인이나 행운과 같은 외부요인에 의해 통제된다고 믿는 지에 관한 개인적 신념체계를 의미한다고 하였다.

통제위치는 재무관리행동이나 소비행동에 영향을 미치는 변인으로서 선행연구(Park & Cho, 2012; Park *et al.*, 2010; Grable *et al.*, 2009; Perry & Morris, 2005; Jeong & Jang, 1998)는 내적통제중심성이 강할수록 적극적인

자원관리 대처방법을, 내적통제중심성이 약할수록 소극적이거나 회피적 자원관리 대처방법을 선택 하였다고 하였다. 또한 외적 통제중심성이 강할수록 합리적인 재무관리행동, 은퇴준비행동 등을 잘 하지 못하는 반면 내적통제중심성이 높은 사람들은 책임감 있는 재무관리 행동을 하는 것으로 보고하였다. 내적 통제중심의 사람들은 대개 자신의 삶에 필요한 창조적인 힘을 발휘하여 자신의 일을 스스로 결정하고 행동과 성과에 책임을 지는 반면 외적 통제중심의 사람들은 자신을 '환경의 창조자'가 아닌 '환경의 창조물'로 인식하며 쉽게 좌절하고, 책임감이 약하며 외부 유혹에 잘 빠지는 경향이 있다(Rotter, 1966). 이로보아 내적 통제중심성은 검약소비와, 외적 통제중심성은 사치소비와 정적 관계가 있을 것이다.

③ 물질주의 가치관

'물질의 소유를 통해 행복을 추구하는 경향'(Richins & Dawson, 1992)인 물질주의(materialism)는 물질의 소유가 삶의 중심이 되어 정신적인 것보다 물질적인 것을 추구하는 것으로 정의할 수 있다. 물질주의 성향이 강한 사람은 물질 획득자체와 재산을 획득하는 수단에 많은 가치를 둔다. 물질주의는 사치소비라고 할 수 있는 명품소비행동 등에 영향을 미쳐 물질주의 성향이 높을수록 명품 브랜드 선호도와 구매빈도가 높고(Jeong *et al.*, 2003; Lee & Shin, 2002), 고가 제품소비(Lee & Hwang, 2000)와 상징적 소비(Lee & Jo, 2000)를 많이 하며, 소비에서 과시성과 동조성이 높은(Park & Jeon, 2004) 것으로 나타났다. 이에 반해 물질주의의 가치는 검약소비 개념이 포함된 윤리적 소비와는 부적 관계를 보였다(Jae & Robert O., 2007; Lee & Noh, 2007; Song & Jae, 2006; Muncy & Eastman, 1998).

Gurney(1988)는 어린시절 부모의 행동을 관찰하면서부터 돈에 대한 태도형성을 시작하여 성인기까지 계속되며 이는 돈에 관한 모든 행동에 영향을 미친다고 하였다(Medina *et al.*, 1996: p.126: 29-37 재인용). 관찰뿐만 아니라 어린 시절부터 부모로부터 받아온 교육과 주입되어진 부모의 가치관 등이 지속적인 영향을 주게 되어 부모의 가치관이 자녀에게 전이되는 결과를 초래하므로(Baik & Park, 2004) 성인기 자녀가 인식하는 부모의 물질주의 성향은 자신의 물질주의 가치 형성을 통해 사치소비행동에도 정적인 영향을 미칠 것이다. 대학생을 대상으로 한 실제 경험적 연구(Song & Shin, 2002)에서도 부모가 물질을 우선시하였다고 지각할수록 자녀의 물질주의 성향

이 높았으며, 과소비와 과시소비성향이 높게 나타났다(Hong, 2008).

④ 돈에 대한 태도

돈에 대한 태도는 일반적인 태도와 마찬가지로 어떤 대상에 대한 호(好), 불호(不好)의 감정을 말하는 감정적인 의미로 정의하여 측정(Joo & Kim, 2011)하기도 하고, 돈을 어떤 목적을 달성할 수 있는 수단으로 이해하느냐에 따라 다양한 차원의 광범위한 의미의 가치관 또는 신념의 의미로 정의되어 측정되기도 한다(Hong, 2005a; Kim, 2003).

돈에 대한 긍정적인 감정은 재무관리행동에 영향을 미쳐서 돈에 대한 태도가 긍정적일수록 재무관리행동 점수가 높게 나타났다(Joo & Kim, 2011). 한편 Kim(2003)의 연구에서는 돈에 대한 태도가 대학생의 개인재무관리행동의 여러 측면(일반적인 재무설계행동, 소득과 저축, 소비지출 및 신용관리행동)에 영향을 주고 있는 것을 보고 하였다. 돈을 성공의 척도로 보는 응답자일수록 외식비 및 이미용비에 지출을 더 많이 하였으며 반면 돈을 일상생활의 가치로운 도구로 보는 태도를 가질수록 외식비 및 이미용비에 지출을 덜하는 경향이 있었다. 돈을 사회적 관계를 위한 수단으로 보는 응답자일수록 일반적인 재무설계행동을 잘하지 못하였으며 피복비와 통신비, 그리고 유흥비에 많은 지출을 하고, 돈을 안전의 도구로 보는 응답자들일수록 총 저축액이 크고 외식비와 화장품비의 지출이 더 적었다. 돈에 대한 태도와 소비행동의 관계에서는 돈을 악한 것으로 보는 사람일수록 충동구매성향이 높았으며, 돈을 성취와 존경, 자유를 얻는 수단으로 볼수록 과소비와 과시소비를 많이 하는 것으로 나타났다(Hong, 2005a).

2) 재무관련 변인

사치-겸약소비와 관련이 있는 재무관련 변인으로는 가계소득과 개인지출액, 재무관리행동, 재무만족도를 들 수 있다.

월평균 수입과 월평균 개인지출액은 대표적인 사치품이라 할 수 있는 명품구매와 정적 관련이 있었다. 즉 수입이 많을수록 그리고 개인지출액이 많을수록 명품의 구매빈도(Seong, 2012; Chae & Rhee, 2005)와 구매액수(Seong, 2012) 등이 모두 높게 나타났다. 이에 월평균 가계소득과 개인지출액은 사치소비와 정적 관련이 있을 것

이다.

사치소비가 ‘필요 이상의 돈이나 물건을 씌으로써 자신의 분수에 지나친 생활을 하는 것’이라고 했을 때 사치소비와 재무관리행동은 부적 관련이 있어서 사치를 하는 사람은 재무관리를 하지 않은 경우가 많고, 재무관리를 잘 하는 사람은 사치소비를 하지 않고 오히려 겸약소비의 경향이 높을 것으로 예측된다. Hong(2005a)의 연구에서도 소비에 대해 미리 계획을 세우고 계획대로 실행에 옮기려고 노력하는 계획적 소비행동과 충동구매와는 부적 상관을 보였다.

물질을 중시하는 사람은 인생에 대해 만족하는 경향이 낮아서 그들을 행복하게 해 줄 것이라 믿는 물질을 소유 했을지라도 여전히 물질에 대한 욕망이 있으며, 이로 인해 불만족스러운 삶을 사는 것으로 나타나서(Richins & Dawson, 1992; Belk, 1985), 낭비와 분수에 넘는 소비로 특징 지워진 사치소비는 일반적인 생활만족도에 부적 관련이 있을 것으로 예측할 수 있다. Hong(2006)의 연구에서는 생활만족도와 재정만족도의 정적인 상관이 매우 높았으며, 남학생은 과시소비가 생활만족도에 유의한 영향을 미치지 않았으나 여학생의 경우는 과시소비성향이 높을수록 생활만족도와 재무만족도가 낮은 것으로 나타났다. 사치소비행동과 재무만족도간의 관계를 다룬 연구는 거의 없으나 사치소비행동은 일시적으로 삶의 만족수준을 높여줄 수는 있으나 그 만족은 안정적이지 못하여 생활전반에 걸쳐 오히려 불만족을 낳을 것으로 예측하므로 재무만족도에도 부적 관련이 있을 것이다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서는 조사대상자를 두 하위영역의 사치-겸약 소비행동을 특성변인으로 하여 비슷한 유형으로 분류한 후 각 유형별 제반특성들을 분석하는 데 초점을 모았다. 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

[연구문제 1] 사치-겸약 소비수준에 따라 조사대상 성인여성은 어떠한 유형으로 분류되는가?

[연구문제 2] 성인여성의 사치-겸약 소비유형별 제반 특성은 어떠한가?

- 2-1 사치-겸약 소비유형별 인구통계학적 특성은 차이가 있는가?
 2-2 사치-겸약 소비유형별 사회심리적 특성은 차이가 있는가?
 2-3 사치-겸약 소비유형별 재무관련 특성은 차이가 있는가?

2. 조사대상 및 자료수집

조사대상은 20대 이상 성인여성으로 '성인여성'은 현재 혹은 미래의 가계관리자이며 대부분의 가계소비를 담당하므로 그들의 사치-겸약소비를 연구하는 것은 개인, 가족적으로나 사회적으로 매우 의미있는 일이라 생각된다. 조사대상 성인여성을 확보하기 위해 온라인 조사업체에 의뢰하여 전국적인 서베이를 실시하였다.

조사에 사용할 척도가 구성된 후 척도의 타당도와 신뢰도를 검증하기 위해 2012년 1월 26일~31일 오프라인으로 예비조사를 실시하여 설문지를 수정, 보완하였다. 본 조사는 온라인 조사업체(now & future)를 통해 2012년 2월 8일~13일 전국 다섯 지역, 즉 서울·경기, 대전·충청, 광주·전라, 대구·부산·경상, 강원·제주에 거주하는 성인여성을 대상으로 지역의 인구비율을 고려한 일정 수를 할당하여 이메일로 온라인 설문지를 배포하였다. 조사대상자 적격요건을 확인한 후 설문지를 작성하게 하였다. 논리적 오류가 있는 설문지를 제외한 479부가 최종 자료 분석에 사용되었다.

3. 변수의 정의 및 측정

측정도구는 설문지로서 크게 '사치-겸약소비', '인구통계학적 변인', '사회심리적 변인', '재무관련 변인'으로 나누어진다. 사치에 대한 사전적 정의와 선행연구(Kim, 2007; Yu, 2007)를 참조하여 '사치소비'를 두 하위영역, 즉 필요이상의 과도한 소비(낭비)영역과 고급품 소비영역으로 구분하였다. 설문 문항은 소비에 관한 선행연구와 서적(Park & Park, 2011; Um & Lee, 2008; Hong, 2005a)을 참고하여 연구자가 제작하였다. 사치소비의 하위영역으로 '필요이상의 과도한 소비' 8문항 고가품과 호화품에 해당하는 '고급품 소비' 8문항으로 구성하여 예비조사를 통해 신뢰도를 확인한 후 소비자학 전공자들을 통해 타당도를 검증받았다.

조사대상자의 인구통계학적 변인에서 연령은 그 숫자를

적게 하였으며, 학력 역시 교육받은 횟수를 적게 하였다.

사회심리적 변인 중 자아존중감은 자신의 특성에 대한 긍정적 혹은 부정적 평가와 관련된 것으로 척도는 Han과 Chung(2007)의 2요인 자아존중감 척도 12문항을 사용하였다. Han과 Chung(2007)은 기존의 자아존중감 척도가 집단주의 문화권 사람들에 비해 개인주의 문화권 사람들의 자아존중감을 다소 높게 측정하는 경향이 있어서 기존의 척도가 비교문화적 측면을 고려하지 않았기 때문에 이러한 비교문화적인 측면을 고려하여 집단주의 문화권과 개인주의 문화권 사람들이 갖는 특성을 모두 반영한 척도를 개발하였다. 5점 리커트 척도로 측정하였으며 점수가 높을수록 자아존중감이 높은 것으로 해석하였다. 통제위치는 주어진 환경에 대한 통제권이 어디 있는지에 대한 관점으로 Rotter(1966)의 '외적통제 중심' 5문항, '내적통제 중심' 2문항을 우리말로 번역하여 사용하였다. 5점 리커트 척도로 측정하였으며 외적통제 중심을 기준으로 삼아 내적통제 중심 2문항을 역점처리하여 점수가 높을수록 주어진 환경에 대한 통제권이 외부에 있다고 생각하는 외적통제중심성이 높은 것으로 해석하였다. 물질주의 성향은 Richins와 Dawson (1992)의 정의를 따르며, 척도는 Richins와 Dawson(1992)의 18개 문항 척도를 9개 문항으로 줄인 것을 우리말로 번역하여 사용하였다. 즉 물질주의는 인생의 주요목표나 바람직한 상태를 달성하는 데 물질의 획득과 소유를 중요시여기는 것으로 세 하위영역, 즉 물질의 소유정도로 자신과 타인의 성공여부를 판단하는 '성공수단적 물질주의', 삶에서 물질의 획득과 소유 자체에 의미를 두는 '획득 중심적 물질주의', 물질의 획득과 소유에서 행복과 만족을 추구하는 '행복추구적 물질주의'를 포함한다. 부모의 물질주의 성향 척도는 Song과 Shin(2002)이 Kang(2000)의 연구를 참고로 하여 작성한 질문을 사용하였다. 부모 각각 3문항씩 6문항을 사용하였으며, 구체적인 내용은 '우리 아버지(어머니)는 사람답게 살려면 무엇보다 재물이 풍부해야 한다고 하신다', '우리 아버지(어머니)는 세상에서 대우 받으려면 돈이 있어야 한다고 말씀하신다', '우리 아버지(어머니)는 행복하게 살려면 우선 물질적으로 풍족해야 한다고 생각하신다'이다. '전혀 그렇지 않다'에서 '항상 그렇다'까지 5점 리커트 척도(5-point Likert scale)로 측정하여, 점수가 높을수록 부모의 물질주의 성향이 높은 것으로 해석하였다. 이 연구에서 돈에 대한 태도는 다양한 차원을 포함하는 광범위한 의미의 가치관 또는 신념의 의미가 아니라 일반적인 태도와 마찬가지로 어떤 대상에 대한 호(好), 불호(不好)

의 감정을 말하는 것으로 한정한다. 한국투자자보호재단에서 실시한 '2007 투자자조사'에서 사용한 11문항을 Joo와 Kim(2011)이 요인분석하여 긍정적인 태도 8문항, 부정적인 태도 2문항을 추출한 척도를 사용하였다.

재무관련 변인에서 월평균 가계소득과 월평균 개인지출액은 해당 숫자를 적게 하였으며 월평균 가계소득은 한 달 동안 가계로 들어오는 가족원들의 근로소득과 부업소득, 은행이자와 임대료수입 등의 재산소득을 포함한 모든 수입원 천으로부터 제공되는 월평균소득을 말한다. 월평균 개인지출액은 한 달 평균 자기 자신을 위해 사용하는 지출액을 말한다. 재무관리행동은 1년 혹은 한 달의 주기로 자신에게 들어오는 수입과 지출을 예상하여 지출비목별로 금액을 배분하는 예산에 해당하는 계획행동 3문항, 계획대로 실행하려는 노력과 중간점검, 지출기록을 포함한 실행 3문항, 계획과 비교하여 지출결산을 하는 평가행동 3문항, 지축행동 1문항으로 구성된 Hong(2001)의 척도를 사용하였다. 재무만족도는 크게 자신의 전체적인 소비수준에 대한 만족을 묻는 한 문항과 돈을 포함한 전반적인 재무상태에 대한 만족을 묻는 한 문항으로 구성되어 7점 리커트 척도로 측정하였으며 점수가 높을수록 만족수준이 높은 것으로 해석하였다. 척도의 신뢰도는 <Table 2>와 같다.

4. 자료분석방법

수집된 자료는 SAS(Statistical Analysis System) Ver.9.2

<Table 2> Reliability of the Scales

| Scales | | Number of Items | Cronbach' α |
|-------------------------------|-------------------------------|-----------------|-------------|
| Socio-psychological Variables | Self-esteem | | |
| | Individualism | 6 | .79 |
| | Collectivism | 6 | .84 |
| | Locus of Control | 7 | .82 |
| | Materialism | 9 | .85 |
| | Father-Mother Materialism | | |
| | Father | 3 | .91 |
| | Mother | 3 | .93 |
| | Attitude toward Money | | |
| Positive Attitude | 8 | .91 | |
| Negative Attitude | 2 | .84 | |
| Financial Variables | Financial Management Behavior | 10 | .88 |
| | Financial Satisfaction | 2 | .69 |
| Luxury-Frugality Consumption | Luxury Goods Consumption | 8 | .90 |
| | Excessive Consumption | 8 | .86 |

통계패키지를 사용하여 분석하였다. '사치-검약소비'의 하위 영역을 나누기 위해 주성분 요인분석(factor analysis)을 하였으며, 척도의 신뢰도를 구하기 위해 크론바흐의 알파(Cronbach'α) 값을 산출하였다. 조사대상자의 일반적 특성이나 사치-검약소비의 일반적인 수준을 알아보기 위해 빈도와 백분율, 표준편차와 같은 산술통계량을 구했다. 두 영역의 사치-검약소비에 따른 성인여성 소비자의 유형을 나누기 위해(연구문제 1) Ward의 계보적 군집분석(hierarchical cluster analysis)을 실시하였다. RMS SD와 CCC(Cubic Clustering Criterion)를 판정기준으로 사용하여 군집 수를 결정하였고, 유형의 타당성을 검증하기 위하여 일원분산분석(one-way ANOVA), 사후다중비교 검증으로 Duncan's Multiple Range Test를 실시하였다. 마지막으로 사치-검약 소비유형별 제반 특성을 파악하기 위해(연구문제 2) 교차분석(χ^2)과 일원분산분석 (one-way ANOVA), 사후다중비교 검증으로 Duncan's Multiple Range Test를 실시하였다.

5. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 <Table 3>과 같다.

IV. 연구결과

1. 성인여성의 사치-검약 소비유형 분류

〈Table 3〉 General Characteristics of the respondents(N=479)

| Variables | Categories | Frequency (%) | Variables | Categories | Frequency (%) |
|---------------------------|--------------------------------|---------------|---------------------------------|--|------------------------|
| Age | 20s | 102(21.29) | Residential Area | Seoul, Gyeonggi | 232(48.43) |
| | 30s | 125(26.10) | | Daejeon, Chungcheong | 44(9.19) |
| | 40s | 145(30.27) | | Gwangju, Jeolla | 70(14.61) |
| | Over 50s | 107(22.34) | | Daegu, Busan, Gyeongsang, Gangwon, Jeju | 112(23.38) 21(4.38) |
| Education | Middle School(≤ 9 years) | 17(3.55) | Job | Professional, Manager | 44(9.44) |
| | High School(≤ 12 years) | 146(30.48) | | Technician, Office Worker | 150(32.19) |
| | University(≤ 16 years) | 280(58.46) | | Production, Sales, Service Industry Worker | 62(13.30) |
| | Graduate School(>16 years) | 36(7.52) | | Housewife, Inoccupation | 210(45.06) |
| Marital Status | Single | 149(31.11) | Religion | Believer | 242(50.52) |
| | Married | 330(68.89) | | Unbeliever | 237(49.48) |
| Monthly Household Income* | ≤ 200 | 87(18.16) | Monthly Individual Expenditure* | ≤ 20 | 122(25.52) |
| | 201-300 | 95(19.83) | | 21-40 | 93(19.46) |
| | 301-400 | 95(19.83) | | 41-70 | 104(21.76) |
| | 401-500 | 88(18.37) | | 71-100 | 82(17.15) |
| | 501-800 | 68(14.20) | | ≥ 101 | 77(16.11) |
| | ≥ 801 | 46(9.60) | | | |

* a unit=10,000 won

사치-검약 소비에 따라 조사대상 성인여성이 어떻게 분류되는지를 알기 위해 군집분석을 실시하였다. 군집분석 방법으로는 고급품소비와 과도한 소비, 두 영역의 사치-검약 소비점수를 특성변인으로 하여 조사대상자를 비슷한 유형으로 묶는 Ward의 계보적 군집분석(hierarchical cluster analysis)을 선택하였다. 군집 수의 결정은 RMS SD와 CCC(Cubic Clustering Criterion)를 판정기준으로 사용하며, RMS SD 값의 변화를 관찰했을 때와 군집의 개수에 따라 CCC 값을 플롯(plot)했을 때를 참고하여 군집 수를 4개로 결정하였다<Table 4>. 추출된 4개 군집이 특성변인이었던 고급품소비와 과도한 소비 두 하위영역에서 어떠한 차이가 있는지 확인하기 위해 일원분산분석과 사후검증을

실시하였으며, 그 결과 모두 $p < .001$ 수준에서 유의하게 나타났다<Table 5>.

<군집 1>은 군집 수가 2일 때부터 5일 때까지 한 군집을 이루는 매우 이질적인 유형으로 고급품 소비와 과도한 소비가 모두 상대적으로 가장 높은 집단으로서 이 군집을 '사치소비집단'으로 명명하였다. 이 집단은 조사대상 여성의 약 1/4인 26.51%에 해당한다.

<군집 2>는 고급품 소비점수는 조사대상자 전체 평균 점수에 비해 비교적 낮으나 과도한 소비점수는 높아 이 집단을 '과다소비집단'으로 명명하였다. 이 집단은 조사대상자의 약 1/3정도인 32.78%에 해당한다.

<군집 3>과 <군집 4>는 군집수가 3일 때 까지는 같은 집단이었으나 군집수를 4로 지정할 때 나뉘었다. 전체조

〈Table 4〉 Determination of the Number of Clusters

| Number of Clusters | CCC | RMS SD | N(%) | | | |
|--------------------|-----|--------|------------|------------|------------|-------------------------|
| | | | | | | |
| 3 | -11 | 0.74 | 127(26.51) | 157(32.78) | 195(40.71) | |
| 4 | -10 | 0.80 | 127(26.51) | 157(32.78) | 136(28.39) | 59(12.32) |
| 5 | -11 | 0.84 | 127(26.51) | 102(21.29) | 55(11.48) | 136(28.39) 59(12.32) |

<Table 5> Difference of the Level of Luxury Consumption in each of the Clusters

| | Total Mean | <Cluster 1> Luxury Consumption Group (n=127) | <Cluster 2> Excessive Consumption Group (n=157) | <Cluster 3> Prefer Prestige Goods Group (n=136) | <Cluster 4> Frugality Consumption Group (n=59) | F-value (R ²) |
|----------------------------|------------|--|---|---|--|--------------------------------|
| | | Mean | Mean | Mean | Mean | |
| Prestige Goods Consumption | 2.34 | 3.19 ^a | 2.13 ^b | 2.23 ^b | 1.33 ^c | 247.74 ^{***} (.61) |
| Excessive Consumption | 2.54 | 3.32 ^a | 2.80 ^b | 2.06 ^c | 1.52 ^d | 341.49 ^{***} (.68) |
| Total Consumption | 2.44 | 3.21 ^a | 2.46 ^b | 2.14 ^c | 1.42 ^d | 438.15 ^{***} (.74) |

*** p<.001

사대상자의 경우 고급품 소비수준이 과도한 소비수준보다 상대적으로 점수가 낮았던 점과 이 두 개념이 부정적인 소비행동이어서 실제보다 점수가 더 낮게 보고되었을 것을 감안할 때 <군집 3>은 과도한 소비 수준에 비해 상대적으로 고급품 소비수준이 높은 집단이므로 ‘고급품 선호 집단’으로 명명하였다. 이 집단은 조사대상자의 28.39%에 해당한다. <군집 4>는 고급품 소비와 과도한 소비 모두 매우 낮은 집단으로 ‘검약소비 집단’으로 명명하였으며, 조사대상자의 12.32%에 해당한다.

2. 성인여성의 사치-검약 소비유형별 제반특성

조사대상자를 ‘고급품 소비’와 ‘과도한 소비’, 두 차원의 사치-검약 소비행동을 특성변인으로 하여 네 유형의 집단으로 분류하였다. 여기에서는 집단 유형에 따라 인구통계학적 특성과 사회심리적 특성, 재무관련 특성에 차이가 있는지를 검증한 후 그 차이를 중심으로 종합하여 정리, 분석하고자 한다.

1) 사치-검약소비 유형별 인구통계학적 특성

사치-검약 소비유형별 인구통계학적 특성이 유의한 차이가 있는지를 검증하기 위해 일원분산분석(one-way ANOVA)과 사후검증, Chi-square검증을 실시하였다 <Table 6>. 그 결과 이 연구에서 설정한 인구통계학적 변인인 연령, 결혼여부, 종교에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 연령의 차이를 살펴보면, ‘사치소비 집단’과

그 외 집단 간에 유의한 차이가 나타나서 사치소비집단에 속하는 여성의 연령이 높게 나타나서 평균 43.29세였으며, 그 외 집단은 평균 37.95세~ 38.62세였다.

결혼여부에서는 기혼에서 ‘사치소비 집단’의 비율이 매우 높고, ‘검약소비 집단’의 비율이 상대적으로 매우 낮았다. 반면 미혼의 경우 ‘과다소비 집단’과 ‘고급품 선호 집단’의 비율이 조금 높았고, ‘검약소비 집단’의 비율이 상대적으로 높았다. 종교에서는 종교가 있는 사람에서는 ‘사치소비 집단’의 비율이 높았고, 종교가 없는 사람에서는 ‘과다소비 집단’의 비율이 더 높게 나타났다.

2) 사치-검약소비 유형별 사회심리적 특성

사치-검약 소비유형에 따른 사회-심리적 특성의 차이를 살펴보면, 집단주의적 요인의 자아존중감, 외적통제위치, 물질주의, 부와 모의 물질주의, 돈에 대한 긍정적인 태도에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다 <Table 7>.

사치-검약 소비유형에 따른 자아존중감의 차이를 살펴보면, 먼저 ‘나는 경쟁에서 잘 이기는 편이다’, ‘나는 남들은 하지 못하는 일을 가끔 해낸다’ 등의 개인주의적 차원의 자아존중감과 자아존중감 전체에서는 유의한 차이가 발견되지 않았으나 집단주의적 차원의 자아존중감에서는 유의한 차이가 나타났다. 즉 집단주의적 차원의 자아존중감은 ‘사치소비 집단’과 그 외 집단 간에 유의한 차이가 나타나서 ‘사치소비 집단’은 ‘나는 주위 사람들로 부터 인정받고 있다’, ‘내가 속한 집단에서 책임과 의무를 다한다’, ‘내가 속한 집단의 조화를 유지하는데 기여한다’

〈Table 6〉 Difference of the Demographic Characteristics in the Types of Consumption

| Demographic Characteristics M(std)/N(Columns%) | | Luxury -Frugality | <Cluster 1> Luxury Consumption Group (n=127) | <Cluster 2> Excessive Consumption Group (n=157) | <Cluster 3> Prefer Prestige Goods Group (n=136) | <Cluster 4> Frugality Consumption Group (n=59) | F-value / χ^2 |
|---|--|----------------------|--|---|--|--|-----------------------|
| | | | Mean/ N(Columns%) | Mean/ N(Columns%) | Mean/ N(Columns%) | Mean/ N(Columns%) | |
| Age 39.59(11.10) | | | 43.29 ^a | 37.95 ^b | 38.62 ^b | 38.27 ^b | 6.71 ^{***} |
| Education 14.40(2.60) | | | 14.25 | 14.41 | 14.68 | 14.07 | 0.98 |
| Marital Status | Single 149(31.11) | | 24(18.90) | 54(34.39) | 48(35.29) | 23(38.98) | 12.45 ^{**} |
| | Married 330(68.89) | | 103(81.10) | 103(65.61) | 88(64.71) | 36(61.02) | |
| Job | Professional, Manager 44(9.44) | | 9(7.14) | 18(11.76) | 13(9.92) | 4(7.14) | 10.27 |
| | Technician, Office Worker 150(32.19) | | 45(35.75) | 43(28.10) | 47(35.88) | 15(26.79) | |
| | Production, Sales, Service Industry Worker 62(13.30) | | 23(18.25) | 19(12.42) | 12(9.16) | 8(14.29) | |
| | Housewife, Inoccupation 210(45.06) | | 49(38.89) | 73(47.71) | 59(45.04) | 29(51.79) | |
| Religion | Believer 242(50.52) | | 75(59.06) | 66(42.04) | 73(53.68) | 28(47.46) | 8.98 [*] |
| | Unbeliever 237(49.48) | | 52(40.94) | 91(57.96) | 63(46.32) | 31(52.54) | |

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

와 같은 집단주의적 차원에서 자아존중감이 낮은 것이었다. 이는 자아존중감과 문제가 있는 다양한 소비행동과 부적 관계가 있다는 선행연구결과(Hong, 2005a; O'Quinn & Faber, 1989; Marlatt *et al.*, 1988; Jacobs, 1986)에 일조하는 결과이다.

외적통제위치는 '사치소비집단'에서 가장 높게 나타났고, '검약소비집단'에서 가장 낮게 나타났다. 즉 사치소비를 많이 하는 여성은 자신의 통제권이 자신이 아닌 외부에 있다고 생각하는 반면 사치소비를 지양하는 검약한 소비를 하는 여성은 자신의 삶을 스스로 통제할 수 있다고 느끼며 자신의 삶이 자기 자신에게 달려 있다고 생각하는 것이다. 이는 외적통제중심성이 강할수록 합리적인 재무관리행동을 더 적게 한다는 선행연구(Park *et al.*, 2010; Perry & Morris, 2005)와 비슷한 결과이다.

소비유형별 물질주의의 차이를 살펴보면, '사치소비집단'이 물질주의 수준이 가장 높고, 그 다음이 '과다소비집단', '고급품 선호집단' 순이며, '검약소비집단'은 물질주의 수준이 가장 낮은 것으로 나타났다. 이러한 경향은 부모의 물질주의 성향에서도 비슷하게 나타나서 '사치소비집단'의 경우 자신의 부모가 재물과 돈 등의 물질을 세상을 사는 데 있어 중요시하며 강조했던 것으로 기억하고 있으며, 이에 비해 '검약소비집단'은 자신의 부모가 물질을 우선하지 않았던 것으로 인식하고 있었다. 선행연구결과(Hong, 2008; Jeong *et al.*, 2003; Lee & Shin, 2002; Lee & Hwang, 2000)에서도 물질주의 성향이 높을수록 명품과 같은 고가품을 보다 많이 소비한다고 하였으며, 부모의 물질주의 성향을 높히 지각할수록 자신의 남에게 보이기 위한 소비와 과다소비를 많이 한다고 하여 본 연

구의 결과를 지지하였다.

돈에 대한 태도는 긍정적 태도에서는 유형별 유의한 차이가 나타나지 않았고, 돈에 대한 부정적 태도에서만 유의한 차이가 나타났다. ‘사치소비집단’과 ‘고급품선호집단’, ‘검약소비집단’ 간에 유의한 차이가 발견되어서 고급품소비 및 과도한 소비를 많이 하는 여성의 경우 돈에 대한 부정적 태도가 오히려 높았으며, 이에 비해 과도한 소비를 하지 않으며 다소 고급품을 선호하는 여성과 검약한 소비를 하는 여성은 돈에 대한 부정적인 태도가 낮았다. 이 결과는 돈을 악한 것으로 보는 사람일수록 충동구매성향이 높다고 한 연구(Hong, 2005a)와 다소 유사하다.

3) 사치-검약소비 유형별 재무관련 특성

사치-검약소비유형에 따른 재무관련 특성의 차이를 살펴보면, 월평균 개인지출액, 재무관리행동, 재무만족도 전체와 소비수준만족도, 재무상태만족도에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다<Table 8>.

유형별 월평균 개인지출액의 차이를 살펴보면, ‘사치소비집단’과 그 외집단간에 유의한 차이가 발견되어서 사치소비를 하는 여성의 개인지출액이 가장 많았다. 즉 고급품소비 및 과도한 소비를 하는 성인여성의 경우 월평균 개인지출을 가장 많이 하는 것이었다. 이는 개인지출액이 많을수록 고급품에 해당하는 명품의 구매빈도와 액수가 높다고

한 Seong(2012)의 연구와 일치하는 결과이다.

재무관리행동은 ‘사치소비집단’, ‘과다소비집단’과 ‘고급품 선호집단’, ‘검약소비집단’이 유의한 차이를 보여 과도한 소비를 하지 않고 다소 고급품만 선호하는 여성과 이 둘을 모두 하지 않는 검약소비 여성은 자신의 재무상황을 미리 예측하여 계획을 세우고 지출기록을 하며, 평가하는 재무관리를 잘 하고 있는 반면 고급품 소비와 과다한 소비를 동시에 하는 여성과 과다한 소비를 하는 여성은 재무관리행동 수준이 낮게 나타났다.

재무만족도는 크게 소비수준만족도와 재무상태 만족도로 나누어 살펴보았는데, 소비수준만족도와 재무만족도 전체에서는 ‘과다소비집단’과 그 외집단간에 유의한 차이가 발견되어서 ‘과다소비집단’의 소비수준 만족과 전체적인 재무만족 수준이 가장 낮게 나타났다. 재무상태에 대한 만족수준에서도 ‘과다소비집단’이 가장 낮게 나타났으며, ‘사치소비집단’과 ‘고급품선호집단’이 가장 높게 나타났다. 이는 물질주의 성향이 높은 사람들은 자신이 원하는 물질을 소유했을지라도 여전히 물질에 대한 욕망이 있어서 이로 인해 불만족스러운 삶을 산다(Richins & Dawson, 1992; Belk, 1985)는 점을 고려해 볼 때, ‘과다소비집단’과 ‘사치소비집단’이 모두 물질주의 가치수준이 높았지만 ‘과다소비집단’은 ‘사치소비집단’에 비해 소비욕망을 충족하지 못해 불만족수준이 높게 나타난 것으로

(Table 7) Difference of the Socio-psychological Characteristics in the Types of Luxury-Frugality Consumption

| Luxury-Frugality | <Cluster 1> | <Cluster 2> | <Cluster 3> | <Cluster 4> | F-Value |
|-------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|----------------------|
| | Luxury Consumption Group (n=127) | Excessive Consumption Group (n=157) | Prefer Prestige Goods Group (n=136) | Frugality Consumption Group (n=59) | |
| Socio-psychological Variables | Mean | Mean | Mean | Mean | |
| Self-esteem | 3.50 | 3.58 | 3.65 | 3.66 | 2.43 |
| Individualism | 3.42 | 3.41 | 3.47 | 3.43 | 0.25 |
| Collectivism | 3.59 ^b | 3.75 ^a | 3.83 ^a | 3.89 ^a | 7.04 ^{***} |
| Locus of Control | 2.66 ^a | 2.37 ^b | 2.28 ^b | 2.10 ^c | 18.15 ^{***} |
| Materialism | 3.48 ^a | 3.20 ^b | 2.90 ^c | 2.63 ^d | 41.56 ^{***} |
| Father-Mother Materialism | | | | | |
| Father | 3.15 ^a | 2.92 ^{ab} | 2.78 ^b | 2.50 ^c | 7.71 ^{***} |
| Mother | 3.34 ^a | 3.15 ^a | 3.07 ^{ab} | 2.84 ^b | 3.97 ^{**} |
| Attitude toward Money | | | | | |
| Positive Attitude | 3.65 | 3.56 | 3.47 | 3.54 | 1.49 |
| Negative Attitude | 2.84 ^a | 2.68 ^{ab} | 2.46 ^b | 2.57 ^b | 3.91 ^{**} |

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

<Table 8> Difference of the Financial Characteristics in the Types of Luxury-Frugality Consumption

| Luxury-Frugality Financial Characteristics | <Cluster 1> Luxury Consumption Group (n=127) | <Cluster 2> Excessive Consumption Group (n=157) | <Cluster 3> Prefer Prestige Goods Group (n=136) | <Cluster 4> Frugality Consumption Group (n=59) | F-Value |
|---|--|---|---|--|----------------------|
| | Mean | Mean | Mean | Mean | |
| Monthly Household Income | 476.96 | 432.46 | 469.42 | 378.86 | 2.16 |
| Monthly Individual Expenditure | 127.17 ^a | 67.17 ^b | 64.54 ^b | 56.46 ^b | 11.92 ^{***} |
| Financial Management Behavior | 3.33 ^b | 3.39 ^b | 3.66 ^a | 3.68 ^a | 9.62 ^{***} |
| Financial Satisfaction(Total) | 3.99 ^a | 3.53 ^b | 4.05 ^a | 3.81 ^a | 7.95 ^{***} |
| Consumption Level Satisfaction | 4.16 ^a | 3.79 ^b | 4.26 ^a | 4.07 ^a | 6.04 ^{***} |
| Financial Status Satisfaction | 3.82 ^a | 3.27 ^b | 3.85 ^a | 3.56 ^{ab} | 6.14 ^{***} |

*** p<.001

해석할 수 있다.

4) 사치-검약소비 유형별 제반 특성

네 유형에게서 나타난 주요 인구통계학적 특성과 사회적

리적 특성, 재무관련 특성을 요약하면 <Table 9>와 같다.

고급품소비와 과도한 소비수준이 모두 높은 ‘사치소비 집단’ 여성은 연령이 높았으며, 기혼여성의 비율이 높고 종교가 있는 사람에게서 더 많이 나타났다. 사회심리적

<Table 9> The Characteristics in the Types of Luxury-Frugality Consumption

| Types | Characteristics |
|-----------------------------|--|
| Luxury Consumption Group | <ul style="list-style-type: none"> • Age(40s), Married ↑, Believer ↑ • Collectivism Self-esteem ↓, Locus of Control ↑, Materialism ↑, Father-Mother Materialism ↑, Negative Attitude toward Money ↑ • Monthly Individual Expenditure ↑, Financial Satisfaction(Consumption Level Satisfaction, Financial Status Satisfaction) ↑, Financial Management Behavior ↓ |
| Excessive Consumption Group | <ul style="list-style-type: none"> • Age(30s), Single △, Unbeliever ↑ • Collectivism Self-esteem ↑, Locus of Control △, Materialism ↑, Father-Mother Materialism ↑, Negative Attitude toward Money △ • Monthly Individual Expenditure ↓, Financial Management Behavior ↓, Financial Satisfaction(Consumption Level Satisfaction, Financial Status Satisfaction) ↓ |
| Prefer Prestige Goods Group | <ul style="list-style-type: none"> • Age(30s), Single △, Believer △ • Collectivism Self-esteem ↑, Locus of Control △, Materialism △, Father-Mother Materialism △, Negative Attitude toward Money ↓ • Monthly Individual Expenditure ↓, Financial Management Behavior ↑, Financial Satisfaction(Consumption Level Satisfaction, Financial Status Satisfaction) ↑ |
| Frugality Consumption Group | <ul style="list-style-type: none"> • Age(30s), Single ↑, Unbeliever ↑ • Collectivism Self-esteem ↑, Locus of Control ↓, Materialism ↓, Father-Mother Materialism ↓, Negative Attitude toward Money ↓ • Monthly Individual Expenditure ↓, Financial Management Behavior ↑, Financial Satisfaction(Consumption Level Satisfaction ↑, Financial Status Satisfaction △) |

특성에서는 집단주의 차원의 자아존중감이 낮았다. 반면 외적통제중심 성, 본인의 물질주의 가치수준과 본인이 지각한 부모의 물질주의 성향, 돈에 대한 부정적인 태도가 높은 집단이다. 월평균 개인지출액수가 가장 많았으며, 현재 자신의 소비수준과 재정상태에 대한 재무만족도가 높은 경향이 있는 반면 재무관리 행동수준은 낮은 집단이다.

‘과다소비집단’은 연령은 비교적 낮았으며 미혼여성의 비율이 약간 높고 종교가 없는 비율이 높다. 집단주의 차원의 자아존중감이 높고 자신의 물질주의 가치수준과 부모의 물질주의 성향이 모두 높았다. 외적통제중심성과 돈에 대한 부정적인 태도는 약간 높은 집단이다. 재무관련 특성에서는 모두 낮은 점수를 보여 월평균 개인지출액이 낮았으며, 재무관리행동 수준과 현재의 소비수준과 재무상태에 대한 재무만족 수준도 모두 낮은 집단이다.

‘고급품 선호집단’은 연령이 비교적 낮았으며, 미혼여성의 비율과 종교가 있는 사람의 비율이 약간 높았다. 집단주의 차원의 자아존중감이 높으며, 외적통제 중심 성이나 본인의 물질주의 성향, 부모의 물질주의 성향은 약간 높았다. 돈에 대한 부정적인 태도 수준이 낮은 집단이다. 재무관련 특성에서는 월평균 개인지출액이 낮으며 반면 재무관리행동 수준이 높고, 현재의 소비수준과 재무상태에 만족하는 집단이다.

‘검약소비집단’은 연령이 비교적 낮았으며, 미혼여성의 비율과 종교가 없는 사람의 비율이 높았다. 사회심리적 특성에서는 집단주의 차원의 자아존중감이 높은 반면 외적통제중심성, 본인의 물질주의 가치수준, 본인이 지각한 부모의 물질주의 성향, 돈에 대한 부정적인 태도가 낮은 집단이다. 월평균 개인지출액수가 적었으며, 재무관리행동수준이 높고 현재 자신의 소비수준과 재정상태에 대한 재무만족도가 높은 경향이 있는 집단이다.

V. 결론 및 제언

지금까지의 연구결과를 바탕으로 결론과 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 사치-검약소비의 두 하위차원인 고급품소비와 과도한 소비를 특성변인으로 하여 조사대상 성인여성을 비슷한 유형으로 분류한 결과 네 유형이 도출되었다. 가장 대조적인 양극 집단으로는 조사대상 여성의 26.51%

에 해당하며 고급품소비와 과도한 소비가 모두 가장 높은 ‘사치소비집단’과 조사대상자의 12.32%에 해당하며 고급품 소비와 과도한 소비 모두 매우 낮은 ‘검약소비집단’이 있다. 사치소비집단은 검약소비집단의 2배 이상의 높은 비율을 보여 성인여성소비자에게서 사치소비경향의 우세함을 엿볼 수 있었다. 나머지 두 유형은 사치소비집단과 검약소비집단의 중간에 위치하는 유형들로 고급품소비점수는 조사대상 전체 평균점수에 비해 비교적 낮으나 과도한 소비점수는 높은 ‘과다소비집단’과 과도한 소비수준에 비해 상대적으로 고급품 소비수준이 높은 ‘고급품 선호집단’이 있다. 이들 집단은 각각 조사대상자의 32.78%와 28.39%에 속하여 사치소비집단의 비율을 포함시키면 조사대상자의 대다수에 해당한다. 즉 대다수의 성인여성이 확실한 사치소비, 혹은 사치소비성향을 지니고 있는 것이어서 여성소비자를 대상으로 사치에 대한 다각적인 소비자교육이 필요하다고 하겠다.

둘째, 이 연구에서는 기존의 자아존중감 척도가 개인주의 문화권 사람들의 자아존중감을 다소 높게 측정하는 경향이 있다는 것에 동의하여 자아존중감을 개인주의적 차원과 집단주의적 차원으로 나누어 조사하였다. 그 결과 경쟁에서 잘 이기며, 남들이 하지 못하는 일을 해내고, 하고 싶은 일을 행동으로 잘 옮기는 등의 개인주의적 차원의 자아존중감은 성인여성소비자의 사치-검약소비유형에 따라 차이가 없었으나 집단주의적 차원, 즉 주위 사람으로부터 인정을 받으며 다른 사람들과 좋은 관계를 유지하고 소속집단과의 조화를 유지하는 등의 자아존중감에서는 유의한 차이가 있었다. 특히 사치소비집단의 집단주의적 차원이 자아존중감이 가장 낮았다. 이로보아 사치-검약소비행동은 개인주의적 차원의 자아존중감보다는 집단주의적 차원의 자아존중감과 깊은 관련을 맺고 있어서 여성소비자를 사치소비에서 보다 검약적인 소비로 유도하기 위해서는 다른 사람들과의 관계 속에서 자신을 높이 평가하도록 이끌어야 하겠다.

셋째, 외적통제중심성은 사치소비집단이 가장 높고, 검약소비집단이 가장 낮았다. 즉 고급품소비와 과도한 소비를 모두 많이 하는 여성은 주어진 환경에 대한 통제권이 자기 자신이 아닌 외부에 있다고 생각하는 반면 검약한 소비를 하는 여성은 자신의 삶을 스스로 통제할 수 있다고 느끼며 자신의 삶이 자기 자신에게 달려 있다고 생각한다. 즉 외적통제 중심성이 강한 사람은 타인을 많이 의식하고 외부 유혹에 쉽게 빠지기 때문에 오늘날의 수많은 마케팅 노력에 현혹되어 고급품을 과도하게 소비하는

것이다. 소비사회 환경의 영향을 무시할 순 없지만 현대 사회의 소비환경에 무의식적으로 종속되는 무책임한 소비자가 아닌 환경의 변화와 속성에 비판적 태도와 윤리적 판단을 하며 실천하는 책임있는 여성소비자가 되도록 소비자교육을 실시해야 할 것이다. 여러 가지 환경과 조화하면서 내적 충동과 외부 유혹으로부터 소비를 다스리며 적절한 소비를 할 때 소비선택이 빛을 발할 것이다.

넷째, 사치소비집단 여성소비자가 물질주의 수준이 가장 높고, 그 다음은 과다소비집단, 고급품선호집단 순이며, 검약소비집단의 물질주의 수준이 가장 낮았다. 여성 소비자가 인식한 자신의 부모의 물질주의 성향에서도 비슷한 양상을 보여 사치소비집단은 자신의 부모가 세상을 사는 데 재물과 돈 등의 물질을 중시하며 강조했던 것으로 기억했으며, 이에 반해 검약소비집단은 자신의 부모가 물질을 우선하지 않았던 것으로 보고하였다. 어린 시절부터 부모로부터 받아들인 교육과 주입되어진 부모의 가치관이 자녀가 성인이 되어서까지 지속적인 영향을 미친다는 것을 확인한 결과이다. 물질주의 가치 자체가 물질의 소유를 통해 행복을 추구하거나 물질의 소유가 삶의 중심이 되기 때문에 물질주의 가치가 높을수록 사치소비를 많이 하는 것은 당연한 수순이기 때문에 사치소비를 줄이기 위해서는 물질보다 더 소중한 가치가 있음을 일깨워 주면서 정신적인 측면을 강조하는 소비가치관교육이 선행되어야 할 것이다.

다섯째, 돈에 대한 긍정적 태도는 사치-검약소비 유형별로 차이가 나타나지 않았고, 돈에 대한 부정적 태도에 서만 차이가 있었다. 즉 사치소비집단이 돈에 대한 부정적 태도가 높았고, 검약한 소비를 하는 여성은 돈에 대한 부정적인 태도가 낮았다. 그리고 사치소비집단의 월평균 개인지출액이 가장 높은 것까지 함께 본다면, 많은 돈을 가지고 고급품소비와 과도한 소비를 자주 하는 여성이 오히려 돈이 모든 악의 근원이며 악 그 자체라고 생각하는 경향이 높다는 것이며, 이러한 결과는 우리에게 시사하는 바가 크다. 성인여성의 현재의 돈에 대한 태도는 여러 요인에 의해 형성되었겠지만 그 중에서도 과거부터 이어지는 소비경험에 의해서 많은 영향을 받았을 것이다. 결국 반복되는 사치소비가 돈에 대해 부정적인 태도를 갖도록 했을 가능성을 배제할 수 없다.

여섯째, 검약소비를 하거나 고급품소비만을 다소 선호하는 여성은 자신의 재무상태를 미리 예측하여 계획을 세우고 지출기록을 하고 평가하는 재무관리를 잘 하고 있

는 반면 고급품 소비와 과도한 소비를 하는 여성은 제대로 된 재무관리를 하지 않았다. 이는 재무관리를 충실하게 하게 되면 자연스럽게 검약한 소비를 하거나 자신의 경제적 형편에 맞는 수준에서 고급품선호 정도는 할 수 있는 것이며, 낭비적인 사치소비성향이 강하게 되면 적절한 재무관리를 할 수 없었을 것이다.

일곱째, 소비수준만족도와 재무상태만족도 모두 과다소비집단에서 가장 낮았다. 과다소비집단을 소비의 욕구는 강하나 경제적 상황 등의 여건 때문에 고급품소비를 할 수 없는 집단으로 볼 경우 이 유형의 여성은 자신의 소비욕구에 비해 상대적으로 자신의 소비수준과 현재 재무상태에 불만족할 수 있을 것이다. 이는 사치소비 집단이 자신의 소비수준과 재무상태에 대한 만족이 높은 것을 보아 미뤄 짐작할 수 있다. 즉 현재 양적, 질적인 측면에서 사치소비를 충족하며 사는 여성은 소비수준만족과 재무상태만족이 높은 반면 질적인 사치를 추구하나 이루지 못해 양적인 사치 소비만을 하는 여성은 소비수준과 재무상태를 포함한 재무만족이 가장 낮은 것이다.

여덟째, 사치소비가 전적으로 나쁘고 검약소비가 전적으로 좋다고만은 말할 수 없는 다양한 사회문화적 배경을 가지고 있는 오늘날이지만 미래 소비사회를 전망을 해 볼 때 지속가능한 소비가 핵심 키워드라고 생각하기 때문에 자발적인 검약소비는 미래사회의 소비모델이 될 수 있다. 이에 걸맞게 본 연구에서 밝혀진 검약소비 집단은 집단주의 차원의 자아존중감이 매우 높았으며, 재무관리행동수준이 높고 현재 자신의 소비수준과 재정상태에 대한 재무만족도가 높은 집단이었다. 반면 개인 지출액이 가장 적었으며, 사람을 무책임하게 만들고 쉽게 좌절하게 하는 외적통제 중심성이나 자원의 낭비를 초래하는 물질주의 가치수준, 돈을 악하게만 보는 부정적인 태도가 매우 낮은 집단이다. 검약소비집단을 소비자교육의 소비 모델로 설정하여 그들의 제반 특성을 바탕으로 소비자교육프로그램을 구성할 수 있을 것이다.

사치-검약소비의 두 차원의 속성에 따라 분류된 성인 여성소비자 유형과 그들의 제반특성에 대한 결과는 여성 소비자를 대상으로 한 소비자교육프로그램 개발에 유용한 자료로 활용될 것이며, 건전한 소비사회를 조성하고자 하는 소비자정책 개발에도 활용될 수 있을 것이다.

주제어: 사치-검약소비, 자아존중감, 물질주의, 통제위치, 돈에 대한 태도

REFERENCES

- Baudrillard, J. (1970). *La Societe de consommation*. Lee, S, Y(1992). *Society of Consumption*. Seoul: Moonea.
- Baudrillard, J. (1968) *Le Systeme des objets*. Bae, Y. D.(1999). *System of things*. Seoul: Baekeu.
- Baik, J. S. & Park, S. Y.(2004). The effects of maternal materialism and parenting on materialism in adolescents. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 42(7), 119-129.
- Belk, R. W.(1985). Materialism : Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 11, 291-297.
- Belk, R. W.(1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15, 139-162.
- Chae, J. M., & Rhee, E. Y.(2005). Attitude and purchase frequency toward foreign luxury goods related to age and social stratification variables. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(6), 885-895.
- Faber, R. J.(1992). Money changes everything : Compulsive buying from a biopsychological perspective. *American Behavioral Scientist*, 35(6), 809-819.
- Grable, J. E., & Joo, S. H.(2001). A subsequent study of the relationships between self-worth and financial beliefs, behavior, and satisfaction. *Journal of Family and Consumer Sciences*, 93(5), 25-30.
- Grable, J. E., & Park, J. Y., & Joo, S.H.(2009). Explaining financial management behavior for Koreans living in the United States. *The journal of Consumer Affairs*, 143(1), 80-107.
- Han, Y. H., & Chung, J. K.(2007). Two-factor self-esteem scale : Individualistic and collectivistic factors. *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 21(4), 117-131.
- Hanley, A., & Wilhelm, M. S.(1992). Compulsive buying : An exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 13(1), 5-18.
- Hira, T. K., & Mugenda, O. M.(1999). The relationships between self-worth and financial beliefs, behavior, and satisfaction. *Journal of Family and Consumer Sciences*, 91(4), 76-82.
- Hong, E. S., & Jeong, W. Y.(2012). A study on luxury consumption and influencing factors of women. *Consumer Policy and Education Review*, 8(1), 23-43.
- Hong, E. S.(2011). Review on the luxurious consumption trends of the past and present. *Korea Journal of Human Ecology*, 20(2), 377-389.
- Hong, E. S.(2008). Classification of parents' materialism inclination recognized by the adolescents and analysis of their financial Characteristics. *Journal of Korean Home Management Association*, 26(5), 377-390.
- Hong, E. S.(2006). The causal relation on the material value, ostentatious spending behavior, and life satisfaction degree of high school students - Comparison by Sex -. *Human Ecology Research Institute*, 15, 21-31.
- Hong, E. S.(2005a). A study on the money attitudes and the spending behaviors by middle, high, and college students - Comparison by adolescent stage and sex-. *Journal of Korean Home Management Association*, 23(5), 103- 121.
- Hong, E. S.(2005b). The influences of self-esteem and parental attitude on impulsive purchase of middle and high school students. *Human Ecology Research Institute*, 5, 68-76.
- Hong, E. S.(2001). The Effect of Material Values and the Money Spending Styles on Money Management of Female College Student Consumers. *The Journal of ASIAN Regional Association for Home Economics*, 8(4), 218-223.
- Huh, K. O.(2001). An analysis of consumer consciousness, search and usage of consumer information, and consumer behaviors depending on ages. *Journal of Consumer Studies*, 12(4), 39-64.
- Inami Richco(1997). Ju-Gi-Yug-Rim. Lee, E. S.

- translation. Chinese history of Luxury. Seoul: Seorim.
- Jacobs, D.(1986). A general theory of addictions : A new theoretical model. *Journal of Gambling Behavior*, 2, 15-31.
- Jae, M. K., & Robert O, W.(2007). Cross-cultural comparison of undergraduate students from Korea and United States regarding of consumer ethics and related variables. *Consumer Policy and Education Review*, 3(2), 83-99.
- Jeong, J. W., Jeong, S. H., & Cha, G. U.(2003). Materialism, conspicuous consumption, and preference for imported luxury brands among college students. *Journal of Korean Home Management Association*, 21(5), 181- 192.
- Jeong, S. R. & Jang, Y. O.(1998). The relationship between the coping styles for stress and objective family resource perceived adequacy resource locus of control in housewives. *Journal of Korean Home Management Association*, 16(3), 79-94.
- Joo, S. H., & Kim, J. H.(2011). Analyses on personal financial attitudes and behaviors : Comparisons of N-, X-, Baby Boomer-, and War-Generations. *Consumer Policy and Education Review*, 7(3), 123-146.
- Kang, L. J.(2004). A study on the compulsive buying tendency of 20~30 age group and its related factors. *A Study of Consumer Science*, 15(4), 1-16.
- Kang, W. S.(2000). *Relationship between the perceived father's/mother's values, father/mother-student emotional intimacy & father's/mother's over control and university student's alienation*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Korea.
- Kim, K. J.(2003). *Money Attitudes and Consumer Expenditure Income Patterns of College Xtudents*. Korean consumption culture association 2003 spring workshop presentation file, 237-249.
- Kim, R. D.(2007). *Luxury Nation, Luxury Korea*. Seoul: Mirae Chang
- Kim, Y. S., Lee, K. O., & Kim, M. J.(2005). *A study in the propensity for symbolic consumption of adolescents*. *Korean Journal of Human Ecology*, 14(2), 277-292.
- Lee, M. A., & Rhee, E. Y.(2010). The effect of independent tendency of single women on consumption values and clothing benefits. *Journal of the Korean Society of Costume*, 60(5), 139-156.
- Lee, O. H., & Jo, E. Y.(2000). Materialism and conspicuous consumption in clothing information sources. *Journal of Consumption Culture*, 8(2), 293- 304.
- Lee, S. H., & Noh, Y. N.(2007). Empirical study on variables affecting consumer ethics related to fashion. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(1), 141-150.
- Lee, S. H., & Shin, C. Y.(2002). An exploratory study on fashion counterfeits purchasing among female college students -Materialism and shopping value- *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 26(11), 1537-1546.
- Lee, Y. K., & Hwang, S. J.(2000). The influence of materialism , price and point of purchase advertisement on consumers' purchasing behavior - focused on discount Jeans - *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(6), 884-894.
- 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., & Kivlahan, D.(1988). Addictive behaviors : Etiology and treatment. *Annual Review of Psychology*, 39, 223-252.
- Medina, J. F., Saegert, J., & Gresham, A.(1996). Comparison of mexican -american and anglo-american attitudes toward money. *The Journal of Consumer Affairs*, 30(1), 124-144
- Mugenda, O. M., Hira, T. K. & Fanslow, A. M.(1990). Assessing the causal relationship among communication, money management practices,

- satisfaction with financial status, and satisfaction with quality of life. *lifestyle : Family and Economic Issues*, 11(4), 344-360.
- Muncy, J. A. & Eastman, J. K.(1998). Materialism and consumer ethics : An exploratory study. *Journal of Business Ethics*, 17, 137-145.
- O'Quinn, T. & Faber, R.(1989). Compulsive buying : A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16, 147-157.
- Park, H. J., Jeon, K. S.(2004). Personal value determinants of fashion orientation : Materialism and consumer conformity. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 28(9/10), 1243-1252.
- Park, H. R., Hahn, D. W.(2006). The integrated model to explain the behaviors of purchasing luxury brands of korean women. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 7(2), 195-226.
- Park, J. Y., Grable, J. E., & Suh, J. B.(2010). The role of locus of control in shaping financial behavior : A Comparison of models for koreans and americans. *A Study of Consumer Science*, 21(3), 263-288.
- Park, J. Y. & Cho, H. J.(2012). Analysis of the relation between locus of control and retirement planning behaviors. *Consumer Policy and Education Review*, 8(3), 89-112.
- Park, N. H.(2007). Eine hermeneutische Untersuchung uber den Waren als Kommunikationshandlung - Hinsichtlich des Verhaltnisproblems zwischen Konsumund Kommunikation-. *Journal of the Korean Society for Hermeneutics*, 19, 267-293.
- Park, S. H. & Park, H. J.(2011). A comparative study of beauty involvement by age groups according to conspicuous consumption tendency. *Journal of the Korean Society of Beauty and Art*, 12(4), 67-81.
- Perry, V. G. & 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.
- Prince, M.(1993). Self-concept, money beliefs, and values. *Journal of Economic Psychology*, 14, 161-173.
- Richins, M.L. & Dawson, S.(1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation, *Journal of Consumer Research*, 19(december), 303-316.
- Rook, D.W.(1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(9), 189-199.
- Rook, D.W. & Hoch, S.J.(1985). Consuming impulses. *Advances in Consumer Research*, 12, 23-27.
- Rosenberg, M.(1965). *Society and Adolescent Self-Image*. Princeton, N. J. : Princeton University Press.
- 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.
- Scherhorn, G., Reisch, C. A., & Raab, G.(1990). Addictive buying in west Germany : An empirical study. *Journal of Consumer Policy*, 13(4), 355-387.
- Seong, S. H.(2012). *The Influence of Consumption Value/Attitude about Luxury Goods of Adult Women in Consumption Behavior and Satisfaction Level*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University, GwangJu, Korea.
- Song, I. S., & Jae, M. K.(2006). Materialism and unethical business transactions of married women. *Journal of Consumption Culture*, 9(3), 185-206.
- Song, I. S.(1991). Compulsive buying and it's related variables among urban housewives. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 29(3), 263-274.
- Song, S., & Shin, H. S.(2002). A study on materialism of university students. *Korean Journal of Human Ecology*, 11(3), 223-235.

- Um, S. B. & Lee, J. Y.(2008). Psychology of more money. Seoul: Gugil Media
- Yoo, H. J.(2008). Consumption experiences and the meaning of “Luxury” of women. *Journal of Korean Home Management Association*, 26(3), 115-130.
- Yu, J. M.(2007). L'industrie du luxe et la culture franç

aise : le cas du Comité Colbert. *Revue d'Etudes Francaises*, 60, 245-264.

접 수 일: 2013. 01. 16

수정완료일: 2013. 02. 02

게재확정일: 2013. 02. 04