

청년 임차자의 주택구매에 대한 인식과 경제적 준비: 소비성향과의 관계를 중심으로

Young Renters' Perception on Home Purchase and Financial Preparation: Focusing on Relationships with Consumption Propensity

이혜주¹⁾ · 김현태²⁾ · 이휘현³⁾ · 황윤서⁴⁾ · 이현정*

충북대학교 사회학과 학사과정¹⁾ · 충북대학교 독어독문학과 학사과정²⁾ ·
충북대학교 국어국문학과 학사과정³⁾ · 충북대학교 생활과학연구소 전임연구원⁴⁾ ·
충북대학교 주거환경학과 교수*

Lee, Hyeju¹⁾ · Kim, Hyeontae²⁾ · Lee, Hwi Hyun³⁾ · Hwang, Yoon-Seo⁴⁾ · Lee, Hyun-Jeong*

Department of Sociology, Chungbuk National University¹⁾

Department of German Language and Literature, Chungbuk National University²⁾

Department of Korean Language and Literature, Chungbuk National University³⁾

Research Institute of Human Ecology, Chungbuk National University⁴⁾

Department of Housing and Interior Design, Chungbuk National University*

Abstract

The purpose of this study was to explore the status of young renters' perception of home purchase and their financial preparation, and to examine the influences on the perception and preparation with a focus on their consumption propensity (CP). In April 2021, an online questionnaire survey was conducted among 200 young renters (age 20-39 years) nationwide and data were analyzed statistically. The major findings were as follows: (1) Young renters tended to perceive home purchase as necessary, and 68.0% of them were financially preparing themselves for future home purchase. However, the unfavorable economic situation and negative outlook on the realities of housing purchase appeared to be the biggest obstacles in their financial preparation for home purchase. (2) Through factor analysis, two factors on perception of home purchase (essential-perception factor and active-tendency factor) and four CP factors (conspicuous CP factor, impulse CP factor, prudent CP factor, and planned CP factor) were retrieved. (3) The essential-perception factor on home purchase was found to be influenced by the prudent CP factor and household size; and the active-tendency factor was found to be influenced by the conspicuous CP factor, household size, income level, and impulse CP factor. (4) Actual financial preparation for home purchase was found to be influenced by the income level, employment status, and essential-perception factor on home purchase. CP factors showed no significant influences on the actual financial preparation. In conclusion, it is important to expand the opportunities for young people to accumulate assets by stabilizing their employment, increasing their income, and expanding the supply of affordable rental housing in order to promote their financial preparation for home purchase.

Keywords: MZ generation, Consumption propensity, Homeownership, Young renters, Factor analysis

본 연구는 2019년도 정부(과학기술정보통신부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행되었음(NRF-2019R1A2C1005122).

이 논문은 2021년 (사)한국생활과학회 하계학술발표대회에서 발표한 논문을 수정·보완한 논문임.

* Corresponding author: Lee, Hyun-Jeong

Tel: +82-43-261-2740, Fax: +82-43-276-7166

E-mail: hlee@cbnu.ac.kr

© 2021, Korean Association of Human Ecology. All rights reserved.

I. 서론

우리나라를 포함한 여러 국가에서 거주 안정성과 주택자산의 보유라는 점에서 자기는 가장 선호도가 높은 점유유형이다. 하지만 최근 주택가격의 상승과 더불어 코로나19 감염증 확산 사태로 인한 경기침체와 꾸준히 제기되었던 고용불안, 실업 등의 문제가 겹치면서 내 집 마련은 더 힘들어지고 있다. 특히 2010년 초반 8% 이하 수준에 머물던 청년층(15~29세)의 실업률(현대경제연구원, 2021)이 2021년 2월에는 10%를 넘어서서 전체 실업률(4.9%)의 2배 이상으로 높아지는 등(통계청, 2021) 청년의 경제적 상황은 더욱 어려워졌으며, 일하지 않고 일할 의지도 없는 무직자, 소위 ‘니트(NEET: Not in employment, education or training, 자발적 무직자)’ 청년층의 확산으로 청년층의 주거독립과 내 집 마련이 더욱 어려워지고 있다. 이러한 현실에도 불구하고 최근 2019년도 주거실태조사 결과, 내 집을 보유해야 한다는 인식이 청년을 포함한 전체 일반가구에서 높게 나타났다(국토교통부, 2020a).

주택은 일반적으로 시장에서 거래되는 소비재나 가구 소득에 비하여 매우 고가이기 때문에, 주택을 구매하기 위해서는 장기적인 경제적 준비가 필요하다. 2019년 주거실태조사 결과에 따르면 당해 PIR(price-to-income ratio, 가구의 연소득 대비 주택매매가격 비율)은 5.4로(국토교통부, 2020b), 이는 가구의 소득을 사용하지 않고 그대로 저축할 경우 주택구매에 5.4년이 걸린다는 것을 의미한다. PIR은 소득수준이 낮아질수록 높아지는데, 2019년 가구 소득 순위가 하위 40%에 해당하는 1~4분위 가구의 중위수 기준 PIR은 8.9이었다. 이러한 상황 때문에, 가구소득의 저축만으로 주택을 구입하는 것보다 주택담보대출과 같은 대출을 이용하는 경우가 많은데 주택가격과 가구소득, 그리고 지역에 따라서 대출한도의 제한이 있기 때문에, 장기적인 저축 등을 통하여 일정 수준까지는 자산을 축적하고 자금조달 능력을 갖추어야 내 집을 마련할 수 있다.

현재의 청년, 소위 ‘MZ세대(1980년대 초반부터 2000년대 초반 출생한 ‘밀레니얼 세대’와 1990년대 중반부터 2000년대 초반 출생한 ‘Z세대’를 아우르는 용어(한경닷컴, 2021))’에게는 기존 기성세대와는 다르게 미래를 준비하거나 다른 사람을 위해 현재 상황을 희생하지 않고 현재 자신의 행복을 가장 중시하며 소비하는 ‘올로(YOLO: You only live once, 미래 또는 타인을 위해 희생하지 않

고 현재의 행복을 위해 소비하는 라이프스타일(pmg 지식엔진연구소, 2021))’와 돈을 통해 자신의 존재 가치를 과시하고 증명하는 ‘플렉스(flex: ‘돈을 쓰며 과시하다’는 뜻의 신조어(한경닷컴, 2019))’와 같은 소비문화가 두드러지게 나타나고 있다고 알려져 있다. 이러한 문화에 영향을 받은 청년들의 소비성향은 타 소비에 비해 상대적으로 먼 미래에 이루어질 주택구매에 대한 인식과 이를 위한 경제적 준비에도 영향을 미쳤을 가능성이 있다.

이러한 배경에서, 본 연구는 청년 임차자들을 대상으로 설문조사를 실시하여 이들의 주택구매에 대한 인식과 경제적 준비 실태를 파악하고 소비성향을 중심으로 주택구매에 대한 인식과 경제적 준비에 영향을 미치는 특성을 탐색적으로 분석하여 청년의 주거 지원을 위한 정책과 정보 및 교육 프로그램의 개발과 시행을 위한 기초자료를 제공하는 데 목적을 두고 진행되었다.

II. 이론적 고찰

1. 청년의 정의

청년 주거문제를 다룬 정책보고서와 학술논문에서는 청년의 연령을 연구자에 따라서 ‘20세 이상 34세 이하’(김보경, 2017; 이승주, 2017; 이현정, 2015), ‘20세 이상 40세 이하’(이소영, 정의철, 2017), ‘만 23세 이상 39세 이하’(이찬 외, 2019), ‘25세 이상 39세 이하’(이수옥, 김태환, 2016) 등과 같이 다양하게 정의하고 있다. 본 연구에서는 청년의 주거문제를 다룬 기존 다수의 학술연구에서 청년의 최소연령을 20세 또는 그 이상의 연령으로 정의하였다는 점과, 주택시장 관점에서 생애 첫 자가 구매시기, 차가 마련시기와 결혼연령(2010년 기준 남성 31.8세, 여성 28.9세)을 토대로 39세까지를 청년으로 정의한 이수옥, 김태환(2016)의 연구를 종합적으로 고려하여 청년의 연령범위를 ‘20세 이상 39세 이하’로 정의하였다. 이는 연구를 진행한 시점(2021)에서 보았을 때 1982년부터 2001년 사이에 출생한 자들에 해당되며, 이는 1980년대 초반부터 2000년대 초반 사이에 출생한 밀레니얼 세대와 1990년대 중반부터 2000년대 초반 사이에 출생한 세대인 Z세대를 통칭하는 MZ세대와 거의 동일한 연령대로 간주할 수 있다.

2. 청년(MZ세대)의 라이프스타일과 소비특성

라이프스타일은 사람들이 생활하면서 돈과 시간을 소비하는 전반적인 양식(이진아, 2010)이다. 재단법인 서울연구원, (주)공감만세(2020)는 서울특별시 거주 M세대(밀레니얼 세대, 1980년~1994년 출생한 세대)와 Z세대(1995년 이후 출생한 세대)가 각각 중요하게 여기는 가치와 미래의제와 관련된 116개의 키워드를 5개 분야(라이프스타일, 경제·일, 커뮤니티·관계, 미래·디지털·커뮤니케이션, 정치·사회·참여)로 구분하여 분석하였다. 그 중 라이프스타일 분야에서는 M세대와 Z세대 공통적으로 웰니스(웰빙, 행복, 건강), 재미·즐거움, 여가, 자유, 자기개발 등 ‘삶의 질’ 가치를 중요하게 인식하고 있으며, 특히 Z세대가 여가와 즐거움을 사소하게 여기지 않는 이유에서는 치열한 경쟁사회에서 위로와 힐링이 필요하다는 점을 이유로 설명하였다.

20~30대, 즉, MZ세대의 가장 두드러지는 소비특성은 ‘플렉스 소비’라고 할 수 있다. 박태호 외(2020)는 플렉스 소비는 MZ세대가 자랑하기 위하여 높은 비용을 지불하고 고가품을 구매하는 하나의 소비 형태라고 밝히고 있다. 해당 연구자는 MZ세대가 구매력을 가진 주요 소비층이 되면서 기성세대가 생각하는 합리적 소비와는 거리가 먼 과소비로 보일 수 있는 플렉스 소비가 새로운 소비 트렌드로 자리 잡게 되었는데, 우리나라 MZ세대의 플렉스 소비는 단순히 비싼 상품 등을 과시하기 위해 지나치게 돈을 허비하는 것이 아닌 본인 스스로를 위하여 소비하는 것이라고 설명하였다. 또한 절약을 해서 자가를 마련하는 등의 목표를 달성하는 것이 어려워지면서 내 집 마련을 최우선으로 여기는 기성세대와는 다른 소비 가치관을 보인다고 설명하였다.

3. 청년의 주택보유인식

국토교통부의 2019년 주거실태조사 일반가구 연구보고서(국토교통부, 2020b)에 따르면 전체 응답 가구의 84.1%가 주택이 꼭 필요하다고 응답했으며, 가구주 연령과 소득이 높을수록 주택보유인식이 높아진다. 또한 동일 보고서에서 자가 가구의 주택보유인식이 가장 높고, 전세, 무상, 보증부 월세, 무보증 월세 순으로 주택보유인식이 낮아지는 경향이 있다고 보고하였다. 국토교통부의 2019년 주거실태조사 특성가구 연구보고서에서는 청년가구(가구주 연령 만 19세 이상 34세 이하인 가구)의 주택보유인식은 72.5%로, 2018년 71.0%보다는 다소 높아졌지만 전체 일반가구의 84.1%가 주택을 보

유해야 한다고 응답한 것과 비교하였을 때 청년의 주택보유인식이 상대적으로 다소 낮다고 분석하였다(국토교통부, 2020a). 해당 보고서에서 ‘내 집 보유가 꼭 필요하다’고 응답한 청년가구가 꼽은 ‘내 집 보유’가 필요하다고 생각하는 가장 큰 이유는 ‘주거안정 차원(89.5%)’이었으며, 내 집 마련이 꼭 필요하지는 않다고 응답한 청년가구가 그렇게 생각한 가장 큰 이유는 ‘자가 마련보다 현재 상황의 여유가 더 중요하기 때문(59.7%)’이었고 ‘내 집이 없어도 생활에 불편이 없기 때문’이라는 이유도 28.2% 나타났다고 보고하였다.

4. 청년의 주거특성

국토교통부의 2019년 주거실태조사 특성가구 연구보고서(국토교통부, 2020a)에 따르면, 가구주 연령이 만 19세 이상 34세 이하인 청년가구 중 1인가구(59.2%)와 임차가구(77.4%)의 비율이 높다. 특히 청년가구 중 임차가구의 비율은 전체 일반가구의 임차비율(38.1%)의 2배 가량으로 높아 청년가구의 주거안정성이 상대적으로 취약하다는 것을 보여준다. 또한, 동일 보고서에 따르면 청년가구의 13.3%가 주택 이외의 거처(비주택 거처)에 거주하고 있었는데, 전체 일반가구 중 비주택 거처 거주가구 비율이 4.6%인 것과 비교할 때 주거환경의 수준도 상대적으로 열악함을 확인할 수 있다.

그 밖에도 청년가구 중 임차가구의 중위수 기준 RIR (rent-to-income ratio, 월소득 대비 임대료 비율)이 17.7%였으며, 임대료 및 대출금 상환이 부담스럽다고 응답한 가구 비율(76.3%)이 전체 일반가구(65.0%)보다 높은 등 주거비에 대한 부담도 크게 나타났다(국토교통부, 2020a). 2014년도 주거실태조사 자료를 분석한 이현정(2015)의 연구에서는 전체 청년 임차가구 중 31.4%가 현재 거주하는 주호의 임차비용을 지불하기 위하여 부모나 친지 등으로부터 받은 유상 또는 무상의 자금을 사용했거나 사용하고 있는 등 주거비 자립에 어려움을 겪고 있다고 보고하였다. 이와 같은 주거비 과부담을 겪고 있는 청년가구는 저소득 1인 가구일수록, 경상소득이 낮을수록, 대도시지역에 거주할수록 두드러지는 특성을 보였다(김비오, 2019).

5. 관련 선행연구 동향

본 연구 주제와 관련한 선행연구는 소비성향 측면과

주택구매 측면으로 나누어서 살펴볼 수 있다. 소비행동에 영향을 주는 변수로 소비성향과 관련된 선행연구는 연령별 소비자 집단의 소비의식(허경옥, 2001), 화장품 구매 결정 요인(강이주, 신자빈, 2006), 브랜드 충성도에 미치는 영향(조윤기, 이상민, 2008), 패션 명품과 복제품 구매에 미치는 영향(박혜선, 2007), 충동구매와 구매 후 평가에 미치는 영향(제심, 2018) 등에 대한 연구가 이루어져 있다. 이러한 연구들은 소비성향 자체만을 연구했거나, 소비성향과 다른 행동 특성 등과 연관하여 관계를 살펴본 연구들이 대부분이었으며, 소비성향과 주택구매에 대한 인식, 미래 주택구매를 위한 경제적 준비 간의 관계를 분석한 연구는 찾아보기 힘들었다.

본 연구와 관련된 선행연구 중 주택구매 측면의 연구는 청년의 주택구매의향과 주택구매 결정요인을 분석한 연구가 주를 이룬다. 이 중 이찬 외(2019)는 2016년 주거실태조사 자료를 이용하여 청년가구(만 23~39세)의 인구사회학적 요인, 경제적 요인, 주거적 요인, 교통적 요인들에 따른 주택구매의향을 분석하였다. 그 결과, 기혼이거나 주거관리비 부담정도가 낮을수록, 월세 또는 전세 거주자일수록, 미래 주거욕구가 높을수록 주택구매의향이 증가하는 경향을 보고하였다.

2010년과 2017년 주거실태조사 자료를 이용하여 청년가구의 주택보유의식 결정요인을 실증적으로 분석한 황윤상(2018)의 연구에서는 임대료나 대출금 상환의 부담이 낮거나, 기혼자일수록, 수도권이나 시지역(광역시, 자치시)이 아닐수록, 이사횟수가 많고, 비주택이 아닌 주택에 거주하는 경우일수록 주택보유의식이 높은 것으로 보고하였다. 이현정(2015)은 2014년 주거실태조사 자료를 이용하여 청년 임차가구의 주택보유 의식과 이에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과, 가구주가 유배우자일 경우 주택보유 의식이 강해지며, 서울 지역에 거주하는 것이나 현재 주택의 임차비용을 지불하기 위하여 금융기관 대출금을 사용한 것은 주택보유 의식에 부정적인 영향력을 나타낸 것으로 보고하였다. 이소영, 정의철(2017)은 2006년과 2014년 주거실태조사 자료를 이용하여 청년 임차가구(가구주 20~40세)의 주택구매 계획과 저축 결정요인을 분석하였는데, 그 결과, 청년 임차가구는 주택구매 계획에 있어 소득 안정성을 고려하는데, 가구주의 근무형태가 상용직일 경우와 기혼일 경우 주택구매 계획 확률이 높은 것으로 추정하였다.

이와 같이 주택구매 측면에 관련한 연구는 사회인구학적 특성이나 주거 특성이 주택구매 의식과 행위에 미

치는 영향력을 분석한 연구를 위주로 이루어져 왔으며, 청년의 소비성향과 주택구매 관련 인식과 미래 주택구매를 위한 경제적 준비의 관계를 분석한 연구는 없었다. 본 연구는 청년의 주택구매 관련 인식과 주택구매를 위한 경제적 준비 실태와 이에 영향을 주는 인자들을 소비성향과 연관지어서 탐색적으로 접근했다는 점에서 선행연구와 구별되는 차별성을 갖는다.

III. 연구방법

1. 조사대상

본 연구는 온라인 설문조사를 통해서 자료를 수집하고 이를 통계적으로 분석한 양적연구이다. 본 연구의 조사대상자는 청년 임차자이다. 본 연구의 목적에 따른 조사대상자의 조건은 아래와 같다.

- 나이: 20~39세(1982~2001년 출생)
- 현재 거주유형: 부모나 친척으로부터 독립 거주
- 현재 점유유형: 전·월세
- 결혼상태: 미혼
- 학생 여부: 비학생
- 현재 거주 주택 외 타지에 주택 소유 여부: 소유하지 않음

본 연구에서 청년 조사대상자의 조건을 위와 같이 설정한 이유는 다음과 같다. 첫째, 조사대상이 학생일 경우나 부모나 친척으로부터 독립하지 않은 경우, 경제력이 없거나 경제적 자립이 이루어지지 않았을 가능성이 있어서 주택구매에 관한 인식이 막연하고 현실과 괴리가 있을 수 있으므로 학생이 아니면서 부모나 친척으로부터 독립하여 거주한 경우로 조사대상을 제한하였다. 둘째, 다수의 선행연구(이소영, 정의철, 2017; 이찬, 2019; 이찬 외, 2019; 이현정, 2015; 황윤상, 2018)에서 주택구매 의사 등에 혼인 여부(배우자 유무)가 영향을 미치는 것으로 나타났으며 조사대상이 결혼했을 경우, 특히 배우자가 본 연구에서 정한 청년의 연령대보다 나이가 많을 경우, 주택 보유에 대한 인식이나 경제적 준비 상황이 청년 본인이 아닌 다른 가구구성원(배우자)의 상황을 반영할 가능성을 배제할 수 없다. 따라서 조사대상자를 미혼자로 제한하였다. 마지막으로 자가 점

유 상태이거나 현재 거주 중인 주택 외의 타지에 주택 보유 여부가 주택보유의식에 영향을 미친다는 선행연구(김지현, 2017)의 결과와, 이미 주택을 보유하고 있는 가구는 주택구매에 대한 인식이나 경제적 준비 상황이 이질적일 가능성을 종합적으로 고려하여 자가나 타지 주택 보유자를 조사대상자에서 제외하였다.

2. 조사도구

조사도구는 크게 소비특성, 주택구매에 대한 인식, 주택구매를 위한 경제적 준비 여부, 응답자 특성으로 구성하였다. 이 중 소비성향에 관련한 문항은 기존 연구(강현정, 2012; 김민정, 2007; 유계숙, 2014)에 기반하여 계획소비, 타인의식소비, 과시소비, 충동소비 등 다양한 소비성향을 측정할 수 있는 문항을 서술문 형태로 개발하였다. 주택구매에 대한 인식 문항은 국토교통부의 주거실태조사에 사용된 주택보유의식 관련 문항을 사용하였으며, 기존에 주택구매나 주택보유의식과 관련한 대부분의 선행연구가 주거실태조사 자료를 활용하였고 본 연구와 관련한 조사도구를 자체적으로 개발한 경우를 찾아보기 어려웠기 때문에 주거실태조사에 사용된 문항을 제외하고는 대부분 연구자가 자체적으로 개발하였다. 본 연구의 조사대상자 조건에 부합하는 비전문가 청년 11명을 대상으로 1차 개발된 설문지의 프리테스트를 진행하고, 이를 바탕으로 일부 문항을 수정·보완하여 최종설문문항을 확정하였다.

최종설문문항은 전문 조사업체에 의하여 온라인설문 형태로 구현되었다. 온라인설문 형태에서는 주택구매에 대한 인식이나 소비성향은 세부문항 수가 각각 12개와 17개로 많았기 때문에, 문항의 순서에 따른 응답 성실도의 차이를 최소화하기 위하여 응답자에게 무작위순서로 노출되도록 설정하였다.

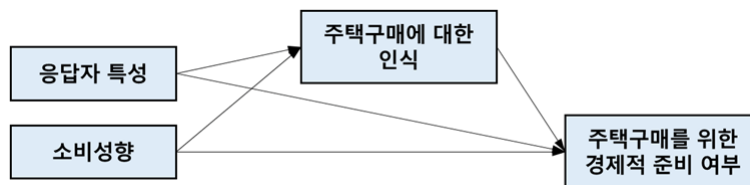
3. 자료의 수집 및 분석

2021년 4월 3일부터 7일까지 5일간 온라인 설문조사를 실시하여 총 200부의 유효응답을 회수하였다. 본 연구는 청년의 주택구매에 대한 인식과 주택구매를 위한 경제적 준비 여부, 소비성향을 파악하고, 응답자 특성과 소비성향이 주택구매에 대한 인식에 미치는 영향력과, 응답자 특성과 소비성향, 주택구매에 대한 인식이 주택구매를 위한 경제적 준비 여부에 미치는 영향력을 각각 통계적으로 분석하였다. 본 연구의 분석모형은 [그림 1]과 같다. 통계분석에는 기술통계, 요인분석, 신뢰도 분석, 이변량 상관분석, 다중회귀분석, 판별분석 등의 방법을 사용하였으며, 분석 전반에 걸쳐서 IBM SPSS 25.0을 사용하였다.

IV. 분석결과

1. 응답자 특성

응답자의 사회인구학적 특성 및 주거 특성은 <표 1>에 요약된 바와 같다. 응답자 중 54.5%가 남성으로 남녀 비율이 유사하였고, 72.5%가 30대였다. 최종학력은 대졸 이상이 90.0%로 높게 나타났고 고용상태는 전일제 근로자가 71.0%로 나타났다(<표 1>). 2019년 주거실태조사 연구보고서(국토교통부, 2020b)에서는 가구의 소득수준을 ‘하위(소득 1~4분위, 월평균 249만원 이하)’, ‘중위(소득 5~8분위, 월평균 250~464만원)’, ‘상위(소득 9~10분위, 월평균 465만원 이상)’ 등 세 수준으로 구분하였다. 본 연구에서는 2019년 주거실태조사 연구보고서의 소득수준 구분을 적용하여 응답자의 소득수준을 ‘소득하위(월평균소득 249만원 이하)’, ‘소득중위(월평균소득 250~464만원)’, ‘소득상위(월평균소득 465만원 이상)’로 구분하였다. 그 결과, 소득중위의 비율이 53.0%로 가장 높았고, 소득하위는 41.0%, 소득상위는 6.0% 순으로 소득상위 응답자의 비율이 낮은 특성을 보였다. 거주지역은 ‘서울’이 45.0%로 가장 많았



[그림 1] 연구의 분석 모형

다. 점유유형으로는 52.0%가 전세였으며, 아파트 거주자가 20.0%, 1인가구의 비율은 82.0%로 각각 나타났다.

2. 주택구매에 대한 인식

현재 주택구매와 이를 위한 준비에 대한 인식을 측정하기 위하여 12개의 진술을 제시하고, 각각에 대한 동의수준을 6점 척도(1=전혀 동의하지 않는다~6=전적으로 동의한다)로 응답하게 하였다. 그 결과, ‘노후준비를 위해 주택구매는 꼭 필요하다’와 ‘나는 나의 수입 중 일부를 주택구매를 위해 저축해야 한다고 생각한다’의 평균이 4.3으로 가장 높았으며, 그밖에 ‘나는 가능한

한 빠른 시일 안에 주택을 구매하고 싶다’, ‘내 집 마련(주택구매)은 필수적이다’, ‘주택구매는 중요한 자산 증식 수단이다’, ‘주택구매는 빠르면 빠를수록 좋다고 생각한다’, ‘나는 부수적인 수입이 생기면 주택구매를 위한 준비(저축, 투자 등)에 우선적으로 써야한다고 생각한다’는 문항의 평균이 4.0 이상으로 높게 나타나(<표 2>), 전반적으로 주택구매와 이를 위한 경제적 준비가 필요하다고 인식하는 경향이 높았다. 반면, 자력 주택구매 가능성이나, 대출을 이용하여 주택을 구매하는 것에 대해서는 부정적으로 인식하는 경향을 보였으며, 주택구매와 관련된 정보 수집에도 다소 소극적인 경향을 보였다.

<표 1> 응답자 특성

구분		n	%
N		200	100.0
성별	남성	109	54.5
	여성	91	45.5
연령대	20대(20~29세)	55	27.5
	30대(30~39세)	145	72.5
최종학력	고졸 이하	20	10.0
	대졸 이상	180	90.0
고용상태	전일제 근로자	142	71.0
	그 외	58	29.0
소득수준 ^A	소득하위(월평균소득 249만원 이하)	82	41.0
	소득중위(월평균소득 250만원~464만원)	106	53.0
	소득상위(월평균소득 465만원 이상)	12	6.0
거주지역	서울	90	45.0
	인천·경기도	44	22.0
	5대 광역시 및 세종	39	19.5
	그 외 도 지역	27	13.5
점유유형	전세	104	52.0
	월세	96	48.0
주택유형	아파트 거주	40	20.0
	그 외	160	80.0
가구규모	1인가구	164	82.0
	2인 이상 가구	36	18.0

^A2019년 주거실태조사 일반가구 연구보고서(국토교통부, 2020b)의 소득수준 구분(p.52, 표 III-3)에 근거하여 소득수준을 구분함

주택구매에 대한 인식 측정 12개 문항을 이용하여 일련의 요인분석과 신뢰도 분석을 반복하여 실시한 결과, 모든 요인해법에서 요인로딩과 내적 일관성이 매우 낮게 나타난 ‘나는 부모님이나 다른 사람의 경제적 도움 없이 나의 능력만으로 주택 구매가 가능할 것이라고 생각한다’,

‘전세나 월세로도 충분히 안정적으로 거주할 수 있다면 주택을 구매할 필요가 없다’, ‘내 소유의 주택이 있으면 좋겠지만 무리해서 살 필요는 없다’ 등 3개 문항을 제외한 9개 문항을 이용한 2요인 해법(주성분분석, 이퀴맥스 회전방식)이 최적해법으로 도출되었다(<표 3>). 첫 번째

<표 2> 주택구매 관련 인식

(N=200)

문항	평균	SD
노후준비를 위해 주택구매는 꼭 필요하다	4.3	1.175
나는 나의 수입 중 일부를 주택구매를 위해 저축해야 한다고 생각한다	4.3	1.088
나는 가능한 한 빠른 시일 안에 주택을 구매하고 싶다.	4.1	1.285
내 집 마련(주택구매)은 필수적이다	4.1	1.162
주택구매는 중요한 자산증식 수단이다	4.1	1.138
주택구매는 빠르면 빠를수록 좋다고 생각한다	4.1	1.190
내 소유의 주택이 있으면 좋겠지만 무리해서 살 필요는 없다	4.0	1.243
나는 부수적인 수입이 생기면 주택구매를 위한 준비(저축, 투자 등)에 우선적으로 써야한다고 생각한다	4.0	1.051
나는 주택구매와 관련된 정보를 자주 찾아본다	3.5	1.177
전세나 월세로도 충분히 안정적으로 거주할 수 있다면 주택을 구매할 필요가 없다	3.5	1.314
마음에 드는 주택이 생긴다면 무리한 빚을 내서라도 구매해야 한다	3.2	1.308
나는 부모님이나 다른 사람의 경제적 도움 없이 나의 능력만으로 주택구매가 가능할 것이라고 생각한다	3.1	1.369

주. 6점 척도(1=전혀 동의하지 않는다~6=전적으로 동의한다)로 측정함.

<표 3> 주택구매 관련 인식 요인

요인	항목	요인 로딩	크론바흐 알파	요인 평균 ^A
요인1: 필수인식 요인	노후준비를 위해 주택 구매는 꼭 필요하다	.822	.885	4.2
	나는 부수적인 수입이 생기면 주택 구매를 위한 준비(저축·투자 등)에 우선적으로 써야한다고 생각한다	.767		
	나는 나의 수입 중 일부를 주택 구매를 위해 저축해야 한다고 생각한다	.740		
	내 집 마련(주택 구매)은 필수적이다	.729		
	주택 구매는 중요한 자산증식 수단이다	.691		
	주택 구매는 빠르면 빠를수록 좋다고 생각한다	.671		
	나는 가능한 한 빠른 시일 안에 주택을 구매하고 싶다	.668		
요인2: 적극성향 요인 ^B	마음에 드는 주택이 생긴다면 무리한 빚을 내서라도 구매해야 한다	.833	.668	3.3
	나는 주택 구매와 관련된 정보를 자주 찾아본다	.812		

주. 주성분분석과 이퀴맥스(Equamax) 회전방식을 사용한 결과임. 원변수는 6점 척도(1=전혀 동의하지 않는다~6=전적으로 동의한다)로 측정함.

^A6점 척도(1=전혀 동의하지 않는다~6=전적으로 동의한다)로 측정한 세부 문항의 산술평균

^BPearson 상관계수(r)=.504 (p=.000)

요인은 주택구매가 노후준비나 자산증식에 필수적이며, 주택구매를 위한 경제적 준비를 해야 한다는 의미를 내포한 7개 문항으로 구성되어 “필수인식 요인”으로 명명하였으며, 크론바흐 알파값이 .885로 매우 높은 신뢰도를 보였다. 필수인식 요인에 포함된 7개 문항의 평균값은 4.2였다. 두 번째 요인은 무리한 빚을 내서라도 주택을 구매해야 하며, 주택 구매와 관련된 정보를 자주 찾아본다는 두 가지 문항으로 구성되어 “적극성향 요인”으로 명명하였다. 적극성향 요인은 2개 문항으로만 구성되었기 때문에 크론바흐 알파값은 .668로 다소 낮았으며, 추가적으로 피어슨 상관분석을 실시한 결과 두 항목간 유의한 양(+)의 상관관계($r=.504$, $p=.000$)가 나타났다. 적극성향 요인의 평균은 3.3이었다.

주택구매에 대한 필수인식 요인과 적극성향 요인의 상관분석을 실시하였다. 그 결과, 두 요인 사이에 강한 양(+)의 상관관계가 나타났다($r=.534$, $p=.000$).

3. 주택구매를 위한 경제적 준비 여부

전체 응답자의 68.0%(136명)가 현재 저축이나 투자

등 주택구매를 위한 경제적 준비를 하고 있는 것으로 나타났다. 이들의 경제적 준비 유형(복수응답 가능) 중 가장 빈도가 높은 것은 ‘주택 청약 저축’(119명)이었으며, ‘예금, 적금’(99명), ‘주식, 펀드’(68명), ‘부동산 투자’(1명) 등의 순으로 나타났다(<표 4>).

주택구매를 위한 경제적 준비를 하고 있지 않다고 응답한 64명이 경제적 준비를 하고 있지 않은 이유(복수응답 가능)로 가장 빈번한 것은 ‘현재 주택구매를 위한 경제적 준비를 할 여유가 없어서(60.9%)’와 ‘현실적으로 주택을 구매하는 것이 어려울 것 같아서(43.8%)’로, 경제적 상황과 주택구매 현실성에 대한 부정적 전망이 주택구매를 위한 경제적 준비의 가장 큰 걸림돌인 것으로 나타났다(<표 5>).

4. 소비성향

청년의 소비성향을 분석하기 위하여 계획소비성향, 타인의식소비성향, 과시소비성향, 충동소비성향 등과 관련한 17개 진술을 제시하고 각각에 대한 동의수준을 6점 척도(1=전혀 동의하지 않는다~6=전적으로 동의한

<표 4> 주택구매를 위한 경제적 준비 유형(복수응답)

(N=136)

구분	n	%
주택 청약 저축	119	59.5
예금, 적금	99	49.5
주식, 펀드	68	34.0
부동산 투자	1	.5
기타	1	.5

주. 제시된 백분율은 주택구매를 위해 현재 경제적 준비를 하고 있다고 응답한 136명에 대한 백분율임. 복수응답이 가능하였으므로 백분율의 합은 100.0을 초과함.

<표 5> 주택구매를 위한 경제적 준비를 하고 있지 않은 이유(복수응답)

(N=64)

구분	n	%
현재 주택구매를 위한 경제적 준비를 할 여유가 없어서	39	60.9
현실적으로 주택을 구매하는 것이 어려울 것 같아서	28	43.8
전세나 월세에 사는 것이 충분히 만족스러워서	7	10.9
어떤 준비를 해야 할지 모르기 때문에	7	10.9
미래에 주택을 구매할 때 가족, 친척 등의 경제적 지원이 가능할 것으로 예상되어서	6	9.4

주. 제시된 백분율은 주택구매를 위해 현재 경제적 준비를 하고 있지 않다고 응답한 64명에 대한 백분율임. 복수응답이 가능하였으므로 백분율의 합은 100.0을 초과함.

다)로 측정하였다. 그 결과, ‘나는 할인 기간이나 쿠폰 등을 적극 활용하여 소비를 하는 편이다’, ‘나는 물건 구매 전 여러 상점과 제품을 비교한다’, ‘나는 물건을 구매할 때 다른 사람의 의견(리뷰, 조언 등)을 많이 참고하는 편이다’, ‘나는 물건을 구매하기 전에 미리 계획을 세워서 구매하는 편이다’ 등과 같이 합리적 소비와 계획적 소비와 관련한 문항의 평균이 가장 높게 나타났다(<표 6>). 반면, 충동적 소비성향이나 타인을 의식한 소비성향과 관련한 문항의 평균은 낮았다.

소비성향 17개 문항을 이용하여 일련의 요인분석을 실시한 결과, 17개 문항을 모두 사용한 4요인 해법(주 성분분석, 베리맥스 회전방식)이 최적 해법으로 도출되었다(<표 7>). 첫 번째 요인은 소비의 과시, 평판과 유행의 중시, 타인의식, 현재의 행복을 위한 소비 등에 관련된 6개 문항으로 구성되어 ‘과시소비성향 요인’으로 명명하였다. 해당 요인의 크론바흐 알파값은 .852로 내적 일관성이 높았고, 6개 문항의 산술평균으로 계산한 요인 평균은 3.1(6점 척도)이었다. 두 번째 요인은

충동에 의한 소비, 소비 중독 성향 등과 관련한 6개 문항으로 구성되어 ‘충동소비성향 요인’으로 명명하였다. 해당 요인 역시 크론바흐 알파값이 .833으로 내적 일관성이 높았으며, 요인 평균은 3.2였다. 세 번째 요인은 물건 구매 전 상점 또는 제품을 비교하거나 타인의 의견을 참고하고, 할인기간이나 쿠폰 등을 적극 활용하는 등 신중한 소비와 관련한 3개 문항으로 구성되어 ‘신중소비성향 요인’이라 명명하였다. 해당 요인은 3개의 문항으로만 구성되었기 때문에 크론바흐 알파값은 .678로 그리 높지 않았으나, 문항 간 이변량 상관분석 결과 $p<.001$ 수준에서 모두 유의한 양(+)의 상관관계를 보였으며 내용의 구성이 타당하다고 판단하여 요인으로 채택하였다. 신중소비성향 요인의 평균은 4.2였다. 마지막 요인은 계획적인 소비와 관련한 2개 문항으로 구성되어 ‘계획소비성향 요인’이라고 명명하였다. 계획소비성향 요인은 2개 문항으로만 구성되어 크론바흐 알파값이 .648로 낮았지만, 두 문항의 이변량 상관분석을 실시한 결과 $p<.001$ 수준에서 유의한 양(+)의 상관관계를 보였

<표 6> 소비성향

(N=200)

문항	평균	SD
나는 할인 기간이나 쿠폰 등을 적극 활용하여 소비를 하는 편이다	4.4	1.040
나는 물건 구매 전 여러 상점과 제품을 비교한다	4.2	1.033
나는 물건을 구매할 때 다른 사람의 의견(리뷰, 조언 등)을 많이 참고하는 편이다	4.1	.998
나는 물건을 구매하기 전에 미리 계획을 세워서 구매하는 편이다	4.0	1.058
나는 계획에 없었던 물건을 할인행사나 쿠폰 때문에 충동적으로 구매한 적이 자주 있다	3.6	1.138
나는 쇼핑하기 전에 구매할 목록을 작성하고 목록대로만 구매한다	3.6	1.052
나는 물건을 구매할 때 브랜드(명품 등)를 중요하게 고려한다	3.4	1.164
나는 미래를 위한 저축보다는 현재의 행복을 위한 소비를 자주 하는 편이다(YOLO, 소확행 등)	3.4	1.177
나는 순간적인 감정 때문에 충동적으로 물건을 구매한 적이 자주 있다(핫김비용, 보복소비 등)	3.3	1.208
나는 계획에 없었던 물건을 다른 사람의 말을 듣고 충동적으로 구매한 적이 자주 있다	3.2	1.176
스스로 생각할 때 나는 다른 사람보다 쇼핑(물건 구매)을 더 자주 하는 편이다	3.2	1.158
나는 물건을 구매할 때 다른 사람이 나의 선택을 어떻게 평가할지 많이 의식하는 편이다	3.2	1.275
나는 물건을 구매할 때 유행을 중요하게 고려한다	3.1	1.110
나는 주위 사람들이 어떠한 물건을 가지고 있는지 많이 의식하는 편이다	3.1	1.230
나는 남들보다 앞서서 새 제품을 경험하는 얼리 어답터(early adopter)라고 생각한다	3.0	1.318
나는 SNS 등을 이용하여 주변에 내가 구매한 물건에 대하여 이야기하는 것을 좋아한다	3.0	1.302
나는 원하는 물건을 구매하지 않으면 불안감을 자주 느낀다	2.8	1.247

주. 6점 척도(1=전혀 동의하지 않는다~6=전적으로 동의한다)로 측정함.

〈표 7〉 소비성향 요인

요인	항목	요인 로딩	크론바흐 알파	요인 평균 ^A
요인1: 과시소비성향 요인	나는 SNS 등을 이용하여 주변에 내가 구매한 물건에 대하여 이야기하는 것을 좋아한다	.744	.852	3.1
	나는 남들보다 앞서서 새 제품을 경험하는 얼리 어답터(early adopter)라고 생각한다	.731		
	나는 물건을 구매할 때 브랜드(명품 등)를 중요하게 고려한다	.677		
	나는 물건을 구매할 때 유행을 중요하게 고려한다	.644		
	나는 주위 사람들이 어떠한 물건을 가지고 있는지 많이 의식하는 편이다	.639		
	나는 미래를 위한 저축보다는 현재의 행복을 위한 소비를 자주 하는 편이다 (YOLO, 소확행 등)	.613		
요인2: 충동소비성향 요인	나는 계획에 없었던 물건을 할인행사나 쿠폰 때문에 충동적으로 구매한 적이 자주 있다	.829	.833	3.2
	스스로 생각할 때 나는 다른 사람보다 쇼핑(물건 구매)을 더 자주 하는 편이다	.684		
	나는 순간적인 감정 때문에 충동적으로 물건을 구매한 적이 자주 있다(핫김비용, 보복소비 등)	.653		
	나는 원하는 물건을 구매하지 않으면 불안감을 자주 느낀다	.613		
	나는 계획에 없었던 물건을 다른 사람의 말을 듣고 충동적으로 구매한 적이 자주 있다	.588		
	나는 물건을 구매할 때 다른 사람이 나의 선택을 어떻게 평가할지 많이 의식하는 편이다	.547		
요인3: 신중소비성향 요인 ^B	나는 물건 구매 전 여러 상점과 제품을 비교한다	.822	.678	4.2
	나는 할인 기간이나 쿠폰 등을 적극 활용하여 소비를 하는 편이다	.761		
	나는 물건을 구매할 때 다른 사람의 의견(리뷰, 조언 등)을 많이 참고하는 편이다	.681		
요인4: 계획소비성향 요인 ^C	나는 쇼핑하기 전에 구매할 목록을 작성하고 목록대로만 구매한다	.799	.648	3.8
	나는 물건을 구매하기 전에 미리 계획을 세워서 구매하는 편이다	.767		

주. 주성분분석과 베리맥스(Varimax) 회전방식을 사용한 결과임. 원변수는 6점 척도(1=전혀 동의하지 않는다~6=전적으로 동의한다)로 측정함.

^A6점 척도(1=전혀 동의하지 않는다~6=전적으로 동의한다)로 측정한 세부 문항의 산술평균

^BPearson 상관계수(r) > .280 (p =.000)

^CPearson 상관계수(r)=.479 (p =.000)

다. 계획소비성향 요인의 평균은 3.8이었다. 각 요인의 평균으로 볼 때, 청년 응답자는 신중소비 경향과 계획 소비성향에 비하여 과시소비나 충동소비성향은 약한 것으로 해석할 수 있다. 도출된 네 가지 소비성향 요인 중 과시소비성향 요인은 보편적으로 알려진 율로 소비 성향과 플렉스 소비성향과 유사한 특성을 가지는 것으로 해석할 수 있으며, 충동소비성향 요인은 중독소비성향도 내포하고 있다.

네 개의 소비성향 요인들간의 상관분석을 실시하였다. 그 결과, 과시소비성향 요인은 그 외 모든 3가지 소비성향 요인과 유의한 양(+)의 상관관계를 보였으며, 충동소비성향 요인은 과시소비성향 요인과만 유의한 양

(+)의 상관관계를 보였다. 신중소비성향 요인과 계획소비성향 요인은 충동소비성향 요인을 제외한 나머지 2개 요인들과 유의한 양(+)의 상관관계를 보였다(<표 8>). 이러한 상관분석 결과는 과시소비성향 요인이나 충동소비성향 요인은 신중소비성향 요인이나 계획소비성향 요인과는 상반되는 성향이기에 때문에 과시소비성향 요인은 신중소비성향 요인, 계획소비성향 요인 각각과 음(-)의 상관관계를 보일 것이며, 충동소비성향 요인 역시 신중소비성향 요인, 계획소비성향 요인 각각과 음(-)의 상관관계를 보일 것이라는 연구자의 예상과 다른 것이었다. 이는 본 연구에서 분석한 청년들의 소비성향이 상호배타적이지 않다는 결과로 해석될 수 있다. 즉, 충동소비

성향이 높은 청년이라고 해서 반드시 계획소비성향이 낮다는 관계가 성립하지 않고, 소위 오피로 또는 플렉스 소비성향로 볼 수 있는 과시소비성향이 높은 청년일수록 신중소비성향이나 계획소비성향 역시 높게 나타나는 경향을 의미한다.

5. 응답자 특성과 소비성향이 주택구매에 대한 인식에 미치는 영향력

사회인구학적 특성과 주거 특성(성별, 연령, 최종학력, 고용상태, 소득수준, 거주지역, 점유유형, 주택유형,

가구규모), 그리고 소비성향(과시소비성향 요인, 충동소비성향 요인, 신중소비성향 요인, 계획소비성향 요인)이 주택구매 인식 2개 요인(필수인식 요인, 적극성향 요인) 각각에 미치는 영향력을 일련의 다중회귀분석을 사용하여 분석하였다. 종속변수는 필수인식 요인(회귀모형 1)과 적극성향 요인(회귀모형 2) 각각이었으며, 독립변수는 아홉 가지 응답자 특성을 더미변수로 변환한 총 11개 변수와 소비성향 4개 요인 등 총 15개 변수이다 (<표 9>). 독립변수 투입 방식은 단계선택(stepwise) 방식을 사용하였다.

〈표 8〉 소비성향 4요인의 상관관계

(N=200)

요인	과시소비성향 요인	충동소비성향 요인	신중소비성향 요인	계획소비성향 요인
과시소비성향 요인	1	.715***	.210**	.249***
충동소비성향 요인	.715***	1	n.s.	n.s.
신중소비성향 요인	.210**	n.s.	1	.340***
계획소비성향 요인	.249***	n.s.	.340***	1

주. p<.05 수준에서 유의한 피어슨 상관계수(r)만 제시함. **p<.01, ***p<.001, n.s.: not significant

〈표 9〉 회귀분석에 사용된 독립변수

특성	변수	유형	측정수준	
사회인구학적 특성	성별	여성	1=여성, 0=남성	
	연령대	20대	1=20대, 0=30대	
	최종학력	대졸	1=대졸 이상, 0=고졸 이하	
	고용상태	전일제	1=전일제 근로자, 0=그 외	
	소득수준	소득하위	1=소득하위, 0=소득중·상위	
	거주지역	서울	더미변수	1=서울, 0=그 외
		인천·경기도	더미변수	1=인천·경기도, 0=그 외
5대광역시·세종		더미변수	1=5대광역시·세종, 0=그 외	
주거 특성	점유유형	전세	1=전세, 0=월세	
	주택유형	아파트	1=아파트, 0=그 외	
	가구규모	1인가구	1=1인가구, 0=2인 이상 가구	
소비성향	과시소비성향 요인	과시소비성향 요인	6점 척도 ^A	
	충동소비성향 요인	충동소비성향 요인	6점 척도 ^A	
	신중소비성향 요인	신중소비성향 요인	6점 척도 ^A	
	계획소비성향 요인	계획소비성향 요인	6점 척도 ^A	

^A6점 척도(1=전혀 동의하지 않는다~6=전적으로 동의한다)로 측정된 세부 문항의 산술평균

1) 회귀모형1: 주택구매에 대한 필수인식 요인에 영향을 미치는 특성

주택구매에 대한 필수인식 요인을 종속변수로 한 단계선택 방식의 최종단계 회귀모형을 볼 때, 신중소비성향 요인과 가구규모(1인가구 여부)의 선형조합이 주택구매에 대한 필수인식 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이 회귀모형으로 주택구매에 대한 필수인식 요인에 대하여 14.5%의 설명력을 가지는 것으로 나타났(<표 10>). 최종단계 회귀모형 계수로 볼 때, 신중소비성향이 큰 응답자이거나 현재 1인가구인 응답자일수록 주택구매에 대한 필수인식이 높은 경향으로 해석할 수 있으며, 주택구매에 대한 필수인식에 대하여 가구규모보다 신중소비성향의 영향력이 상대적으로

로 더 큰 것으로 나타났다.

2) 회귀모형2: 주택구매에 대한 필수인식 요인에 영향을 미치는 특성

주택구매에 대한 적극성향 요인을 종속변수로 한 단계선택 방식의 최종단계 회귀모형은 과시소비성향 요인, 가구규모(1인가구 여부), 소득수준(소득하위 여부), 충동소비성향 요인의 선형조합으로 이루어졌으며, 해당 회귀모형으로 주택구매에 대한 적극성향 요인에 대하여 29.6%의 설명력을 가지는 것으로 나타났(<표 11>). 결과를 해석하면, 과시소비성향과 충동소비성향이 강한 응답자일수록, 1인가구일수록, 또는 소득중·상위(월평균 소득 250만원 이상)에 해당하는 응답자일수록 주택구매

<표 10> 주택구매에 대한 필수인식 요인 영향 인자: 회귀모형1

	구분	값
모형요약	F (p)	17.939 (.000)
	수정된 R ²	.145
비표준화 회귀계수	(상수)	2.235
	신중소비성향 요인	.357
	1인가구	.505
표준화 회귀계수	신중소비성향 요인	.320
	1인가구	.218

주. 종속변수는 필수인식 요인(6점 척도로 측정된 세부 문항의 산술평균)이며, 단계선택 방식의 최종단계 모형만 요약함. 독립변수에 대한 설명은 <표 9> 참조.

<표 11> 주택구매에 대한 필수인식 요인 영향 인자: 회귀모형2

	구분	값
모형요약	F (p)	21.876 (.000)
	수정된 R ²	.296
비표준화 회귀계수	(상수)	1.189
	과시소비성향 요인	.363
	1인가구	.646
	소득하위	-.463
	충동소비성향 요인	.208
표준화 회귀계수	과시소비성향 요인	.311
	1인가구	.231
	소득하위	-.212
	충동소비성향 요인	.171

주. 종속변수는 적극성향 요인(6점 척도로 측정된 세부 문항의 산술평균)이며, 단계선택 방식의 최종단계 모형만 요약함. 독립변수에 대한 설명은 <표 9> 참조.

에 대한 적극성향이 큰 것으로 볼 수 있으며, 이 중 주택구매에 대한 적극성향에 가장 영향력이 큰 것은 과시 소비성향, 충동소비성향 순으로, 가구규모나 소득수준 등 응답자의 사회인구학적 특성보다 소비성향의 영향력이 더 큰 것으로 나타났다.

앞선 회귀모형1과 회귀모형2에서 공통적으로 가구규모가 주택구매에 대한 인식수준에 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 1인가구가 2인 이상 가구에 비하여 필수인식 요인과 적극성향 요인 모두 더 강한 경향을 보였다. 국토연구원 자료를 활용하여 주택구매의향에 영향을 미치는 요인을 분석한 김지현(2017)의 연구에서 가구원 수의 증가가 주택구매의향에 긍정적으로 영향을 미친다고 결론내린 바가 있는데, 본 연구의 결과는 이와는 상반된 결과이다. 이러한 차이는 분석대상자의 특성 차이에 기인한 결과로 해석할 수 있다. 김지현(2017)의 연구는 가구주의 연령이나 혼인 여부 등에 관계없이 전체 일반가구를 대상으로 진행하였기 때문에 가구원 수의 증가는 결혼, 자녀 출산 등으로 인한 가족의 확대를 의미한다. 이 경우 가구원 수의 증가가 가구주 연령과 가구소득의 증가와 연관될 가능성이 더 높다. 반면, 20~30대 미혼 청년 입차자만을 대상으로 진행한 본 연구에서는 가구원 수의 증가가 주거비 부담 등을 목적으로 형제·자매 또는 타인과 동거하는 상황(“20대 청년, 월세 아끼려고 고평장이 슬고 언덕에 있는 비좁은 집에서 살고 있다”, 2019; 유서연 외, 2014; “쪼개고 쪼갬 원룸... ‘잠만 지는 방’에 내몰린 2030세대 [S 스토리]”,

2021; “치솟는 집값속 2030 ‘월세메이트’ 확산”, 2019) 일 가능성이 높다는 점에서 김지현(2017) 연구와는 상황이 다르다(추가적인 카이제곱 검정에서 1인가구 여부에 따른 연령대나 소득수준, 고용상태의 유의한 차이는 나타나지 않았다).

6. 응답자 특성, 소비성향, 주택구매에 대한 인식이 주택구매를 위한 경제적 준비에 미치는 영향력

응답자의 사회인구학적 특성과 주거 특성(성별, 연령, 최종학력, 고용상태, 소득수준, 거주지역, 점유유형, 주택유형, 가구규모), 소비성향(과시소비성향 요인, 충동소비성향 요인, 신중소비성향 요인, 계획소비성향 요인), 그리고 주택구매에 대한 인식(필수인식 요인, 적극성향 요인)이 주택구매를 위한 경제적 준비에 미치는 영향력을 판별분석으로 검증하였다. 종속변수는 경제적 준비 여부(준비하고 있음, 준비하지 않음)이며, 독립변수는 앞선 회귀분석에서 사용된 15개의 응답자 특성과 소비성향 변수(<표 9>)와 주택구매에 대한 필수인식 요인, 적극성향 요인 등 총 17개이다. 독립변수 투입 방식은 단계선택 방식을 사용하였다.

분석 결과, 주택구매에 대한 필수인식 요인, 소득수준(소득하위 여부), 고용상태(전일제 근로자 여부)의 선형조합으로 주택구매를 위한 경제적 준비 여부를 72.5%의 정확성으로 판별할 수 있으며, 특히 이 판별분석 모형은 두 집단 중 주택구매를 위한 경제적 준비를 하고

<표 12> 주택구매를 위한 경제적 준비 영향 인자: 판별분석 모형 요약

	구분	값
모형 적합성	Box 검증: F (p)	1.767 (.102)
	Eigen 값	.183
	정준상관계수	.393
	Wilk 랏다	.845
	χ^2 (p)	33.018 (.000)
함수의 집단중심점	‘준비하고 있음’ 집단	.292
	‘준비하지 않음’ 집단	-.620
판별정확성(교차검증)	‘준비하고 있음’ 집단	88.2%
	‘준비하지 않음’ 집단	39.1%
	전체	72.5%

주. 종속변수는 주택구매를 위한 경제적 준비 여부(준비하고 있음, 준비하지 않음)이며, 단계선택 방식의 최종단계 모형만 요약함.

있는 집단을 88.2%의 매우 높은 정확성으로 판별할 수 있는 것으로 나타나 경제적 준비를 하지 않는 집단에 비하여 더 강한 판별력을 가진다(<표 12>). 응답자의 특성과 주택구매에 대한 인식을 종합적으로 고려하였을 때 소비성향 요인 모두 경제적 준비 여부에 직접적으로 유의한 영향력을 보이지 않았다. 표준화 판별계수와 합수의 집단중심점으로 해석할 때, 주택구매에 대한 필요인식 요인 점수가 높을수록, 소득수준이 중·상위이거나 전일제 근로자일 경우 주택구매를 위한 경제적 준비를 하는 경향이 커지는 것으로 해석할 수 있다(<표 13>).

V. 결론

1. 결과의 요약 및 적용

본 연구는 ‘MZ세대’로 명명되는 현재의 청년 중 부 모로부터 독립하여 전·월세로 거주하고 있는 자들의 주택구매에 대한 인식과 준비 실태를 소비성향과 연관지어 탐색적으로 접근한 연구이다. 설문조사로 수집한 자료를 통계적으로 분석하였으며, 분석결과를 요약하여 도식화하면 [그림 2]와 같다.

본 연구의 주요 결과에 대한 해석과 적용점은 다음과 같다. 첫째, 청년 임차자들은 전반적으로 주택구매가

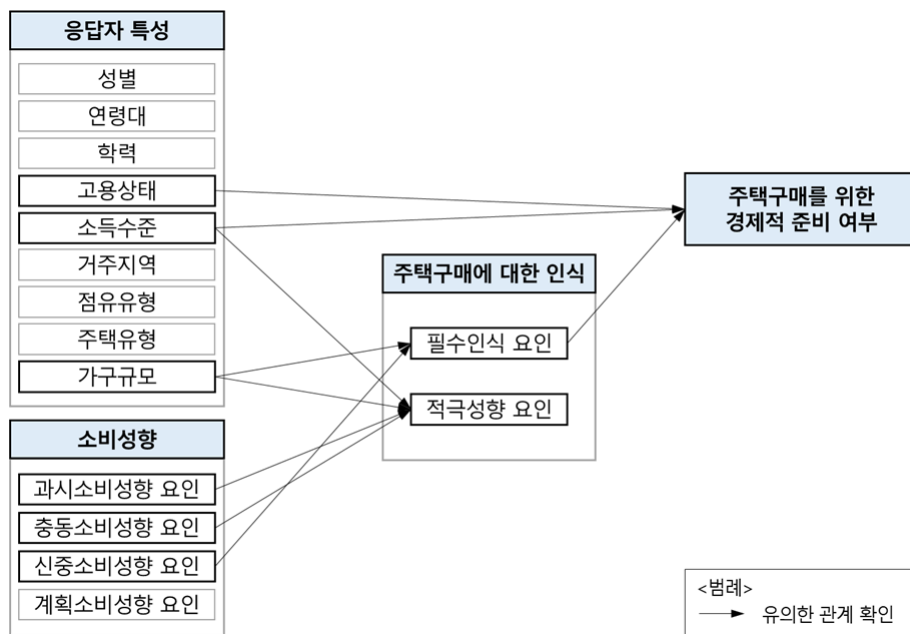
<표 13> 주택구매를 위한 경제적 준비 영향 인자: 판별함수 계수

독립변수	표준화 판별함수 계수	Fisher 정준 판별함수 계수	
		‘준비하고 있음’ 집단	‘준비하지 않음’ 집단
필수인식 요인 ^A	.568	5.765	5.165
소득하위 ^B	-.505	3.204	4.174
전일제 ^B	.487	4.959	3.948
(상수)	-	-15.278	-13.370

주. 종속변수는 주택구매를 위한 경제적 준비 여부(준비하고 있음, 준비하지 않음)이며, 단계선택 방식의 최종단계 모형만 요약함.

^A6점 척도(1=전혀 동의하지 않는다~6=전적으로 동의한다)로 측정된 세부 문항의 산술평균

^B변수에 대한 설명은 <표 9> 참조



[그림 2] 분석결과의 요약

필요하고, 이를 위하여 경제적으로 준비하는 것도 필요하다고 인식하는 경향을 보였으며, 실제로 응답자의 68.0%가 주택구매를 위한 경제적 준비를 하고 있는 것으로 나타났다. 이는 MZ세대의 플렉스 소비 성향이 내 집 마련을 최우선으로 여기는 기성세대와는 다른 소비 가치관을 보인다고 주장한 박태호 외(2020)의 주장과는 상이한 결과이다. 반면, 스스로의 힘으로 주택을 구매할 수 있을 것이라는 가능성에 대하여서는 대체적으로 부정적으로 인식하고 있었으며, 주택구매를 위한 경제적 준비를 하고 있지 않은 이유로 볼 때 이들의 넉넉하지 않은 경제적 상황과 주택구매 현실성에 대해서는 한 부정적 전망이 주택구매를 위한 경제적 준비의 가장 큰 걸림돌이 되고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 요인분석 결과로 나타난 청년 임차자의 소비성향(과시소비성향, 충동소비성향, 신중소비성향, 계획소비성향) 중 가장 강한 성향은 신중소비성향이었으며, 네 가지 소비성향은 상호배타적이지 않은 것으로 나타났다. 특히 MZ세대의 소비성향 특성으로 알려진 과시소비성향(올로, 플렉스 등)이 큰 청년 임차자일수록 오히려 계획소비성향이나 신중소비성향도 높아지는 경향을 보였다. 또한 과시소비성향이 큰 청년 임차자일수록 마음에 드는 집이 있으면 무리한 대출을 받더라도 구매해야 한다고 인식하고 주택구매와 관련한 정보를 자주 찾아보는 등의 주택구매에 대한 적극적 성향이 더 크게 나타나는 경향이 나타났다. 이러한 결과를 주택구매에 대한 인식과의 관계 측면에서 소비성향을 분석한 본 연구의 결과에 국한하여 해석한다면, 청년의 과시소비성향 자체를 단순히 현재의 만족만을 추구하고 미래에 대한 대비를 등한시하는 부정적인 소비 태도로 해석할 것이 아니라, 과시소비성향 역시 적극적인 소비 태도의 독특한 유형 중 한 가지로 해석할 수 있는 가능성을 암시한다고 볼 수 있다. 또한, 청년 임차자들이 주택을 상대적으로 먼 미래에 일어날 플렉스 소비의 대상 중 하나로 인식했을 가능성 또한 배제할 수 없다.

셋째, 주택구매에 대한 인식은 소비성향의 영향을 받는 것으로 나타난 반면, 주택구매를 위한 경제적 준비 여부에는 소비성향의 영향력이 미치지 않으며, 실제 경제적 준비 여부는 소득수준이나 고용상태 등 경제적 특성과 주택구매를 중요하게 생각하는 인식수준의 영향을 받는 것으로 나타났다. 이는 경제적 준비를 하고 있지 않은 이유와 일관성 있는 결과로, 주택구매를 필수적인 것으로 인식하는 수준이 높더라도 고용상태와 소득수준 등 개인

의 경제적 상황이 주택구매를 위한 준비의 걸림돌로 작용하며, 소비성향에 따라서 주택구매를 위한 준비 여부가 결정되는 것은 아니라는 점을 확인할 수 있다.

이상의 결과를 종합할 때, 청년들의 주택구매를 위한 경제적 준비를 독려하기 위해서는 청년의 고용 안정화와 소득증대, 그리고 저렴한 임대주택의 공급 확대 등을 통하여 이들이 자산을 축적할 수 있는 기회를 확대하고 주택구매의 현실성을 긍정적으로 인식하고 준비할 수 있도록 주택시장의 안정화와 적정 가격의 분양주택의 공급이 무엇보다 중요하다. 또한, 주택구매에 대한 비전문적인 정보의 범람에 대응하여 청년을 대상으로 주택구매를 위한 경제적 준비를 포함하여 지원정책, 주택의 탐색과 선택 등에 주택구매와 관련한 다양한 관점에 대한 정보와 교육프로그램을 공신력 있는 주체가 개발하고 제공하여 주택구매를 위한 장기적인 준비과정에 대한 가이드 역할을 해 줄 수 있어야 할 것이다.

2. 연구의 한계점 및 후속연구 제안

본 연구는 기존에 연구되지 않았던 소비성향과 주택구매에 대한 인식과 준비 실태의 관계를 탐색적으로 연구하였다는 점에서 기존 연구와 차별되는 고유성을 갖지만, 기존에 시도되지 않았던 연구주제를 접근했기 때문에 조사도구의 구성을 포함한 연구의 설계에 있어서 이론적인 기반이 충분하지 않았다는 한계점을 지닌다. 또한, 200명이라는 표본 규모도 본 연구의 결과를 청년 임차자의 성향으로 일반화하는 데에 있어서 한계점일 수 있다. 따라서, 본 연구의 방법론과 결과를 활용하여 더 큰 규모의 표본을 대상으로 유사연구를 진행하거나, 청년층과 타 연령층의 비교연구가 진행된다면 청년의 소비성향과 주택구매 준비의 관계에 대하여 더 명확한 규명이 가능할 것이다.

주제어: MZ 세대, 소비성향, 자가, 청년 임차자, 요인분석

REFERENCES

- 강이주, 신자빈(2006). 소비성향에 따른 화장품 소비자의 구매결정요인 분석. *소비문화연구*, 9(4), 83-103.
- 강현정(2012). 소비성향이 기내 면세품 구매 행동의도에

- 미치는 영향. 한국항공대학교 석사학위논문.
- 국토교통부(2020a). 2019년도 주거실태조사: 연구보고서 (특성가구). 세종: 국토교통부.
- 국토교통부(2020b). 2019년도 주거실태조사: 연구보고서 (일반가구). 세종: 국토교통부.
- 김민정(2007). 소비욕구 측정을 위한 척도개발. 성균관대학교 박사학위논문.
- 김보경(2017). 청년 1인가구 주거지의 공간적 분포 특성에 관한 연구: 서울시를 중심으로. 한양대학교 석사학위논문.
- 김비오(2019). 청년가구의 주거빈곤에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. *보건사회연구*, 39(3), 408-436.
- 김수민(2019). 치솟는 집값속 2030 ‘월세메이트’ 확산, <https://n.news.naver.com/article/021/0002397929>에서 인출.
- 김지현(2017). 주택 구입에 영향을 미치는 요인분석. *부동산학보*, 68, 107-118.
- 김천(2019). “20대 청년, 월세 아끼려고 곰팡이 슬고 언덕에 있는 비좁은 집에서 살고 있다”, <https://www.insight.co.kr/news/225942>에서 인출.
- 박태호, 정재은, 임강진(2020). 플렉스 소비 트렌드. *마케팅*, 54(8), 56-67.
- 박혜선(2007). 물질주의와 과시적 소비성향이 패션 명품과 복제품 구매에 미치는 영향. *한국생활과학회지*, 16(1), 103-110.
- 유계숙(2014). 청년층 대학생의 소비욕구와 기대결혼비용이 기대결혼연령에 미치는 영향. *보건사회연구*, 34(2), 367-392.
- 유서연, 정여진, 이세연, 이현정(2014). 수도권과 비수도권 대학생의 주거비 및 주거비 부모 지원 인식과 실태. *한국생활과학회지*, 23(6), 1231-1247.
- 이소영, 정의철(2017). 청년층 임차가구의 주택구입계획과 저축 결정요인에 관한 연구. *부동산학연구*, 23(3), 41-53.
- 이수욱, 김태환(2016). 소득변화에 따른 청년가구의 임대료부담능력 전망과 지불 가능한 임대주택 규모 추정. *한국주택학회논문집*, 24(3), 5-26.
- 이승주(2017). 청년의 소비욕구와 트레이딩업(Trading-Up)에 관한 연구. 성균관대학교 석사학위논문.
- 이진아(2010). 라이프스타일 유형에 따른 1인 가구 유니트 계획안. 홍익대학교 석사학위논문.
- 이찬(2019). 한국청년층의 혼인여부에 따른 주택구입의향에 대한 연구. *예술인문사회융합멀티미디어논문지*, 9(9), 669-678.
- 이찬, 김근태, 황명진(2019). 한국 청년층의 주택구입의향에 대한 영향요인 연구. *공공사회연구*, 9(3), 95-116.
- 이현정(2015). 청년 임차가구의 주택보유의식 및 영향요인: 2014년도 주거실태조사를 중심으로. *생활과학연구논총*, 19(2), 137-148.
- 재단법인 서울연구원, (주)공감만세(2020). 116개 키워드로 살펴 본 청년세대의 가치관과 주요 의제, https://www.fairtravelkorea.com/app/project/view?md_id=study&code=45&page=1에서 인출.
- 정지혜, 안승진(2021). 쪼개고 쪼갬 원룸... ‘잠만 자는 방’에 내몰린 2030세대 [S 스토리], <https://m.segye.com/view/20210507511700>에서 인출.
- 제심(2018). 소비자의 소비성향과 모방일 쇼핑 속성이 충동구매 및 구매 후 평가에 미치는 영향. 건국대학교 석사학위논문.
- 조운기, 이상민(2008). 타인의식적 소비성향이 브랜드 충성도에 미치는 영향: 명품브랜드를 대상으로. *한국심리학회지: 소비자광고*, 9(2), 263-284.
- 통계청(2021). 연령별 경제활동인구 총괄. 국가통계포털, <https://kosis.kr>에서 인출.
- 한경닷컴(2019). 플렉스. 한경 경제용어사전, <https://ko.dict.naver.com/#/userEntry/koko/7727f0fa9ed5ff73fd2422158e70ec9f>에서 인출.
- 한경닷컴(2021). MZ세대. 한경 경제용어사전, <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=6084621&cid=42107&categoryId=42107>에서 인출.
- 허경옥(2001). 연령에 따른 소비자 집단별 소비자의식 및 정보탐색, 활용과 소비행동 분석. *소비자학연구*, 12(4), 39-64.
- 현대경제연구원(2021). *국내 니트족(NEET) 현황과 시사점 - 니트의 장기화 예방이 시급하다!*. 서울: 현대경제연구원.
- 황윤상(2018). 청년가구의 주택보유의식 결정요인에 관한 연구. 건국대학교 석사학위논문.
- pmg 지식엔진연구소(2021). *올로*, <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=3548848&cid=43667&categoryId=43667>에서 인출.

Received 12 August 2021;

1st Revised 24 August 2021;

Accepted 03 September 2021