

대학생 의복태도가 경제적 소비절제와 선택적 소비절제에 미치는 영향

The Impact of University Students' Clothing Attitudes on Economic Anti-Consumption and Selective Anti-Consumption

신혜원¹⁾ • 정주원^{2),*}

동국대학교 가정교육과 교수¹⁾ • 동국대학교 가정교육과 부교수^{2),*}

Shin, Hye Won¹⁾ • Jung, Joowon^{2),*}

Department of Home Economics Education, Dongguk University^{1),2)}

Abstract

The purpose of this study was to investigate the impact of university students' clothing attitudes on economic anti-consumption and selective anti-consumption during periods of economic stagnation. With a survey was conducted using a convenience sampling method targeting students from D University in Seoul with a total of 144 respondents were analyzed. Factor analysis, reliability analysis, correlation analysis, t-tests, ANOVA, and multiple regression analysis were performed using STATA 17.0 software. In the context of university students' clothing attitudes, the economy was found to be statistically significant in relation monthly allowances and monthly clothing expenditures. Economic anti-consumption exhibited a significant associated with monthly allowances and clothing expenditures, while selective anti-consumption was significantly influenced by gender. Clothing attitudes, including economy, conformity, and trendiness, significantly influenced economic anti-consumption. Higher levels of economy and conformity along with lower levels of trendiness, were associated with increased economic anti-consumption behavior. Conspicuousness and trendiness were crucial factors for selective anti-consumption behavior, positively impacting it. By identifying the differential impact of university students' clothing attitudes on economic and selective anti-consumption, this study provides insights for revitalizing the apparel market and developing consumer education materials for university students in response to economic stagnation.

Keywords: Clothing attitude, Economic anti-consumption, Selective anti-consumption, University students

I. 서론

세계 경제는 2008년 금융위기 이후 구조적인 변화를 겪고 있으며, 우리나라 역시 과거 압축 성장만큼이나 빠른 저성장을 피할 수 없게 되었다. 2008년 이후 2%대의 저성장이 지속되고 있으며, 2023년 실질 경제성장률은 1.4%

에 머문 것으로 보고되었다(KOSIS 국가통계포털, 2024). 과거에는 높은 경제성장률만큼 소비가 증가되었지만 오늘날 저성장이 지속됨에 따라 모든 소비가 위축되고 있는 실정이다. 특히 경제 저성장과 고물가 상황이 장기화되며 소비감소 추세가 이어지고 있다(강우량, 2024).

소비의 감소는 의류시장에서도 예외 없이 나타나고 있

* Corresponding author: Jung, Joowon
Tel: +82-2-2260-3414, Fax: +82-2-2265-1170
E-mail: jjwjung@dongguk.edu

는데, 통계청 자료에 의하면 2016년 전국 가구당 월평균 소비지출에서 의복비가 차지하는 비율은 3.59%로 지속적으로 감소되었으며, 2023년 의류·신발의 실질소비지출은 4.2% 감소하여 식료품(-3.4%) 및 가정용품 가사서비스(-3.5%)에 비해 큰 감소폭을 보였다(민은주, 2024). 패션업계에 따르면 2024년 1분기 한섬의 영업이익은 전년 동기대비 40% 감소하였으며 이는 2022년 4분기부터 6분기 연속 감소가 지속되고 있는 상황이다(이숨이, 2024). 이와 같은 생산과 소비의 감소, 노동시장의 불안정과 산업별 생산 양극화는 가계 지출에도 영향을 끼쳐 심리적 위축을 초래하고 개인의 소비행동에도 변화를 가져오고 있다(조선희, 이준영, 2024).

지속되는 저성장 속에서 소비자는 절제된 소비를 통해 나름의 소비생활을 영위해 나가게 되는데, 가성비를 따지는 효율적 소비, 최소한 자신이 원하는 분야의 제품이나 서비스를 구매하려는 작은 사치 등의 소비 형태가 나타나고 있다. 소비절제는 소비를 감소하거나 억제하는 것으로 여러 형태로 유형화될 수 있는데, 특히 경제적 소비절제와 선택적 소비절제는 경제적 저성장기에 나타나는 소비 형태이다(성영애, 2017; 유진희, 2016).

경제적 소비절제는 한정된 자원 내에서 경제적인 이유로 재화와 서비스의 획득 및 사용을 자제하는 것으로, 소비자가 불필요한 지출을 피하고 자원을 효율적으로 사용하는 행동이다(Nepomuceno & Laroche, 2015). 경제적 소비절제는 개인적인 경제적 동기에 의하여 비자발적으로 나타나는 소비절제로 간주된다(성영애, 2017). 선택적 소비절제는 작은 사치와 유사한 개념으로 경제적 제약 상황에서도 자신의 관심 분야나 만족을 얻고자 하는 특정 분야의 제품이나 서비스에 대해서는 과감하게 소비하는 행동을 말한다(이희정, 차문경, 2020; Sharma & Alter, 2012). 소비자는 경제적인 제약으로 인해 자신이 부담할 수 있는 수준에서의 사치스러운 소비를 통하여 선택적으로 즐거움과 만족을 추구하는 소비를 한다(성영애, 2016; 황혜정, 2014). 전반적인 소비를 줄일 수밖에 없는 저성장 시기에는 값비싼 의류나 가방대신에 화장품, 뷰티 등과 같은 소품에서 소비자의 선택적 작은 소비들이 늘어난다.

이와 같이 의복과 관련된 경제적 소비절제와 선택적 소비절제는 경제적 제약이라는 공통적인 상황에서 나타나지만 소비절제 행동으로 이끄는 동인인 의복태도는 다를 수 있으므로 이에 대해 파악할 필요가 있다. 의복태도는 의복 스타일과 같은 특정 대상이나 의복 착용과 같은 상황

에 대해 특정 방법으로 행동하려는 기질로서(Sproles, 1986), 개인의 성격, 자아개념, 욕구 등과 같은 심리적 특성과 관련되어 있으며 개인의 신념과 가치가 포함되어 나타난다(정수진, 추미선, 2011). 즉 의복태도는 소비자가 의류 제품이나 서비스에 대해 생각하고 느끼며 행동하려는 것이 반영된 것으로, 소비자 행동을 파악함에 중요하다(박정혜, 2002).

그러나 의복태도와 소비절제에 대해 파악한 선행연구는 매우 미흡하며, 소비절제행동에 초점을 둔 연구가 일부 진행되어 왔다. 선택적 소비절제가 명품공유서비스 인식과 이용의도에 미치는 영향 연구(이희정, 차문경, 2020), 작은 사치 성향이 소비행복에 미치는 영향 연구(김중인, 2022), 선택적 소비행동에 영향을 미치는 구매동기를 분석한 연구(정유원, 이규혜, 2023; Ahn et al., 2016), 대학생의 소비절제와 물질주의, 행복감에 관한 연구(이건, 강기정, 2021), 대학생의 소비절제 행동과 동기 요인을 파악한 연구(최경숙, 박명숙, 2017) 등이다. 이에 본 연구에서는 경제적 저성장 시기에 대학생의 의복소비행동을 파악하기 위해 의복태도와 소비절제간의 관계성을 분석하고 경제적 소비절제와 선택적 소비절제에 대한 의복태도의 영향력을 규명하고자 한다.

대학생은 소비문화의 핵심세대이며 미래의 주요 사회적 주체로서 대학생 시기에 형성된 소비 경험은 생활자립 이후의 소비 행동에도 지속적인 영향을 미치게 된다(이건, 강기정, 2021). 이들의 소비행동은 사회 전반의 소비양식에 영향을 미칠 뿐만 아니라 나아가 국가경제에도 영향을 미치게 되므로(최경숙, 박명숙, 2017), 대학생들의 경제적 소비절제와 선택적 소비절제 행동을 파악하는 것은 중요하다. 또한 의복소비의 감소현상이 나타나고 있는 시점에서 대학생의 의복에 대한 태도가 어떠한지 이러한 의복태도가 소비절제행동에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보는 것 또한 필요하다.

본 연구의 목적은 대학생들을 대상으로 경제적 소비절제와 선택적 소비절제 행동에 미치는 의복태도의 영향력을 파악하는 것이다. 본 연구 결과는 의복 소비자행동에 관한 기초 자료를 제공하고, 경제적 저성장 시기에 대응하기 위한 의류시장 활성화 방안과 소비자교육 자료 개발에 기여할 것이다. 본 연구는 2018년 조사에 기반하고 있으나, 코로나 이후 경제성장률 저하, 의류 소비 감소, 패션업계의 실적 저조 등 지속적인 경제적 저성장이 이어지고 있으므로, 의복태도와 경제적·선택적 소비절제 행동 분석은 소

비자의 의복 선택에 대한 이해를 높이고 의류시장의 대안적 방향성에 중요한 정보를 제공할 것이다.

II. 이론적 배경

1. 의복태도

의복태도는 개인이 의복에 대해 전반적으로 가지는 특성으로, 의복을 선택하고 착용하는 과정에서 나타나는 관심과 중요성을 의미한다(문혜경, 유태순, 2001). 의복태도는 개인의 신념과 가치가 포함되고, 소비자가 의류제품이나 서비스에 대해 생각하고 느끼며 행동하려는 방식이 반영되므로 소비자행동 측면에서 중요한 역할을 한다(박정혜, 2002).

의복태도 요인에 대해 살펴보면, 강혜원, 홍희숙(1992)은 의복태도와 유행 선도력의 연구에서 의복태도를 의복의 중요성, 동조성, 과시성, 심미성, 신분 상징성, 성적 매력성으로 분류하였으며, 고애란(1994)은 구매의도와 의복태도와의 연구에서 유행관심, 브랜드인지, 신분 상징성, 동조성, 경제성, 관리용이성을 의복태도의 구성요인으로 보았다. 문혜경, 유태순(2001)은 의복태도를 유행성, 동조성, 흥미성으로 분류하여 사회적 자기효능감에 대해 살펴보았으며, 이영숙(2007)은 의복태도를 과시형, 관심형, 동조형으로 보고 자기이미지와 관련성을 살펴보았다. 정수진, 추미선(2015)은 의복태도를 유행성, 신분상징성, 정숙성, 동조성, 관리성으로 보고 신체만족도와 유행관심도가 의복태도에 미치는 영향력을 분석하였다. 이주영(2019)은 의복태도를 사회적우월성, 유행성, 개성, 신체보완성, 동조성, 편이성으로 분류하여 여대생의 의복태도와 자기효능감, 외모관심과의 관계를 파악하였다.

대학생들의 의복태도에 관한 연구를 살펴보면, 의복 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인은 디자인과 유행성, 가격(김종희, 조현주, 2003), 디자인과 색상(신효련, 홍은실, 2009)으로 나타났다. 의복의 유행성을 추구할수록 경제적 가치관은 낮았으며, 물질주의 성향이 강할수록 의복 과시성이 높게 나타났다(박광희 외, 1998). 의복의 경제성과 관련하여 재정상태가 취약한 경우 그렇지 않은 집단에 비해 지난 3개월간 의복비 지출이 적었으며(이은숙, 서정희, 2000), 경제지향성이 높은 대학생이 합리적 쇼핑성향이 높게 나타났다(전경란, 이미숙, 2006). 또한 경제성에 가치를 두는 대학생이 합리적으로 의복의 품질을 중요하

게 여기는 것으로 나타났다(한명숙, 정미혜, 2000).

2. 경제적 소비절제와 선택적 소비절제

소비절제는 소비를 감소하거나 억제하는 것으로 소비 절약이나 소비조절과 유사한 개념으로 간주되며(성영애, 2016), 소비저항(against consumption)으로도 설명된다(Zavestoski, 2002). Iyer과 Muncy(2009)는 소비절제를 전반적인 소비감소를 의미하는 소비절제와 특정브랜드나 상품을 소비하지 않는 소비절제로 구분될 수 있다고 하였다.

경제적 소비절제는 재화와 서비스를 획득하거나 사용하는 것을 자제하여 감소한 생활방식을 취하는 것으로, 재무목표 달성을 위해서 소비를 조절하고 소비행동을 효율적으로 하는 것을 의미한다(Nepomuceno & Laroche, 2015). 성영애(2016)는 소비절제유형을 자발성에 따라 자발적인 소비절제, 부분적 자발적인 소비절제, 비자발적 소비절제 유형으로 분류하였는데, 경제적 부족으로 인한 소비절제는 비자발적인 소비절제 유형으로 바라보았다. 최경숙, 박명숙(2017)은 경제적 소비절제를 간소화한 개인적 소비절제행동으로 보고 이에 영향을 미치는 동기 변수를 파악하였는데, 자아실현, 진정성 있는 삶, 삶의 긍정적 감정과 만족도가 정적 영향을 끼치는 것으로 나타났다. 이진, 강기정(2021)은 후기 청소년기 대학생의 물질주의와 소비절제에 대해 파악하였는데, 물질주의가 낮을수록, 자아존중감이 높을수록, 월평균 용돈지출이 낮을수록 대학생 소비절제에 유의미한 영향을 끼치는 것으로 나타났다. 코로나 시기 의복비 지출 변화를 파악한 연구에서 의복비 지출은 경제적 불안정성으로 인한 요인이 소비에 많은 영향력을 끼치는 것으로 나타나는데, 경제적 상황이 여의치 않은 가구에서 의복 소비지출 변동성이 크게 나타났다(조선희, 이준영, 2024). 또한대구 지역 대학생을 대상으로 중고패션상품 재구매의도에 대해 살펴본 연구에서 의복에 대한 경제적 가치가 중고패션 재구매의도에 유의미한 정적 영향을 끼치는 것으로 나타났다(추태귀, 박현희, 2013).

선택적 소비절제는 개인이 부담할 수 있는 경제적 범위 내에서 가치가 있다고 생각되는 제품이나 서비스를 구매하여 만족을 추구하는 행동을 말한다(황혜정, 2014). 이는 작은 사치로도 언급되는데 사치스러운 느낌을 주면서도 과하게 비싸지 않은 제품을 소비하는 것으로, 소비 규모가 크지 않으면서 자기만족 효과가 큰 제품을 소비하는 것을

의미한다(김중인, 2022). 전체 명품 매출 성장세가 둔화되는 상황에서 고급 색조화장품과 고가의 프리미엄 향수 매출은 20%이상 증가하고 있는데, 이는 의류만큼이나 개성을 표출하기 좋은 아이템인 립스틱과 향수를 통해 비교적 적은 비용으로 심리적 만족감을 느끼고 싶은 소비자의 선택적 소비가 반영된 것이다(장서운, 2023). 선택적 소비절제는 사치스러운 느낌을 주면서도 가격이 합리적이어서 만족감을 주는 불황형 소비행태로, 경제적 저성장 시기에 나타나는 소비자 행동이라 할 수 있다(성영애, 2017). 경제적 부담으로 인해 고가의 제품을 구매하기 어려워지면, 소비자는 감당 가능한 수준에서 적정의 사치스러운 소비를 통해 만족을 추구하게 된다. 이러한 소비자는 필수적인 소비에서는 절약하지만, 자신이 원하는 특정 제품에는 선택적으로 지출을 아끼지 않는 양면적인 소비성향을 나타낸다(황혜정, 2014). 선택적 소비 절제는 자발적인 소비절제의 한 형태로 볼 수 있으며(성영애, 2016), 작은 사치를 통한 선택적 소비가 소비절제로 인한 스트레스를 극복하는 유효한 전략으로 작용하여 소비자에게 긍정적인 정서를 유발하게 된다. 자신이 좋아하는 것에 관대하게 소비함으로써 스트레스를 완화하고 만족도를 높게 되는 것이다.

선택적 소비절제 경향은 명품패션 공유 서비스의 이용 의도에 유의한 영향을 끼치는 것으로 나타났으며(이희정, 차문경, 2020), 선택적 소비에 영향을 끼치는 주요 동기요인으로는 자기보상과 과시(정유원, 이규혜, 2023), 자기위안, 자기보상, 과시로 확인되었다(Ahn et al., 2016). 명품소비에 영향을 미치는 쇼핑성향 분석에서 경제성을 나타내는 경기민감도와 구매민감도는 명품소비에 영향을 끼치지 않았으나, 과시성을 나타내는 브랜드민감도는 명품소비에 유의미한 정적 영향을 끼치는 것으로 나타났다(고지수, 2021).

이상의 선행연구를 토대로 본 연구에서는 경제적 저성장 시기의 대학생 소비절제를 경제적 소비절제와 선택적 소비절제로 바라보고, 이에 대한 의복태도의 상대적 영향력을 파악하였다.

III. 연구 방법

1. 연구문제

대학생 소비자의 의복태도와 경제적 소비절제 및 선택적 소비절제 행동을 파악하기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

첫째, 대학생의 인구통계적 변수에 따른 의복태도, 경제적 소비절제, 선택적 소비절제의 차이는 어떠한가?

둘째, 대학생의 의복태도, 경제적 소비절제, 선택적 소비절제 간의 관계는 어떠한가?

셋째, 대학생의 의복태도가 경제적 소비절제에 미치는 상대적 영향력은 어떠한가?

넷째, 대학생의 의복태도가 선택적 소비절제에 미치는 상대적 영향력은 어떠한가?

2. 연구대상 및 자료수집

본 연구는 서울 D대학교 재학생을 대상으로 2018년 9월 5일부터 10월 15일까지 편의적 표본추출 방법을 이용하여 설문조사를 통해 자료를 수집하였다. 회수된 160부 중 부실기재 및 누락된 것을 제외하고 최종 144부를 분석에 사용하였다. 연구대상자의 성별은 남성 76명(52.78%), 여성 68명(47.22%)이며, 학년은 1학년 41명(28.5%), 2학년과 3학년 각각 35명(24.3%), 4학년은 33명(22.9%)으로 나타났다. 대학생의 한 달 용돈 평균은 518,125원으로 나타났으며, 300,000원 미만은 33명(22.92%), 300,000원 이상에서 500,000원 미만은 72명(50.00%), 500,000원 이상에서 700,000원 미만은 21명(14.58%), 700,000원 이상은 18명(12.50%)으로 나타났다. 월의복지출비 평균은 154,131원으로 나타났으며, 50,000원 미만은 27명(18.75%), 50,000원 이상에서 100,000원 미만은 67명(41.67%), 100,000원 이상에서 200,000원 미만은 32명(22.22%), 200,000원 이상에서 300,000원 미만은 13명(9.03%), 300,000원 이상은 12명(8.33%)으로 나타났다.

3. 분석방법

본 연구는 STATA 17.0프로그램을 활용하여 자료를 분석하였다. 연구대상자와 주요 변수의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석, 기술 분석을 시행하였으며, 측정도구의 타당도와 신뢰도를 파악하기 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 또한 인구통계적 특성에 따른 의복태도, 경제적 소비절제, 선택적 소비절제의 차이를 알아보기 위해 t-test와 분산분석을 진행하였으며, 대학생의 의복태도가 경제적 소비절제와 선택적 소비절제에 미치는 영향력을 파악하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

4. 측정도구

1) 의복태도

의복태도에 관한 문항은 선행연구(고애란, 1994; 문혜경, 유태순, 2001; 박정혜, 2002)에서 12문항을 선정하였다. 각 문항은 5점 리커트 척도를 사용하였으며, 점수가 높을수록 의복태도 수준이 높은 것을 나타낸다. 요인분석과 신뢰도 분석을 통해 측정도구의 타당도와 신뢰도를 검증하였다. 측정 문항들은 4개의 요인으로 분류되었는데, 1요인은 유행경향 및 관련정보에 대한 관심 정도를 나타내는 유행성, 2요인은 유명상표에 대한 과시와 선호 정도를

나타내는 과시성, 3요인은 의복 구매 시 가격에 대한 고려 정도를 나타내는 경제성, 4요인은 주위사람들과 유사한 의복의 선택 정도를 나타내는 동조성으로 각각 명명하였다. 각 요인은 3문항으로 구성되었으며, 추출된 요인의 신뢰도를 살펴 본 결과 Cronbach's α 값이 모두 0.6이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준으로 확인되었다. 요인별 의복태도 측정문항과 Cronbach's α 값은 <표 1>과 같다.

2) 경제적 소비절제와 선택적 소비절제

소비절제에 관한 문항은 성영애(2016)의 연구를 기초로 총 9개 문항으로 구성하였다. 각 문항은 5점 리커트 척

<표 1> 의복태도 측정 문항과 신뢰도

의복태도 (문항수)	예시 문항	요인 부하량	고유치	공통분산 (누적분산)	Cronbach's α
유행성 (3문항)	유행 경향을 잘 알고 있다.	0.83	2.59	17.41 (17.41)	0.80
	나는 유행 관련 정보에 관심이 많다.	0.83			
	나는 다른 사람들과 유행에 대해 자주 이야기 한다.	0.74			
과시성 (3문항)	유명상표가 드러나는 옷이 좋다.	0.85	2.31	15.51 (32.92)	0.74
	나는 다른 사람들과 유명상표에 대해 자주 이야기 한다.	0.76			
	가격이 비싸더라도 유명 상표의 옷을 사는 것이 좋다.	0.72			
경제성 (3문항)	옷이 마음에 들더라도 가격이 비싸다고 생각이 들면 사지 않는다.	0.82	2.21	13.12 (46.04)	0.65
	나는 주로 세일기간 중에 제품을 구매한다.	0.72			
	나는 옷을 살 때 가격비교를 한다.	0.60			
동조성 (3문항)	나는 많은 사람들과 비슷한 스타일의 옷을 선택한다.	0.84	2.18	13.30 (59.34)	0.63
	남들과는 다른 나만의 패션 스타일을 갖고 싶다. (-)	0.72			
	친구들과 유사한 옷차림을 하고 있으면 마음이 편하다.	0.63			

<표 2> 경제적 소비절제와 선택적 소비절제 측정 문항과 신뢰도

변수명 (문항수)	측정문항	요인 부하량	고유치	공통분산 (누적분산)	Cronbach's α
경제적 소비절제 (5문항)	나는 물건을 사는 것이 즐겁지만 경제적 이유로 참고 지낸다.	0.83	2.34	15.08 (15.08)	0.75
	나는 갖고 싶은 물건은 많은데 경제적 여건이 안 되어서 소비를 줄이고 있다.	0.82			
	나는 돈을 쓰는 것이 아깝다.	0.76			
	돈을 쓰면 걱정이 되어서 써야 할 곳에도 돈을 쓰지 않는 경우가 많다.	0.74			
	나는 돈을 쓰면 스트레스가 쌓인다.	0.72			
선택적 소비절제 (4문항)	비싸지는 않지만 사치스러운 느낌을 주는 소비를 한 적이 있다.	0.82	2.19	13.21 (28.29)	0.70
	나는 돈을 아껴 쓰지만 스트레스 해소나 나를 위로하기 위해 포기하지 않는 품목이 있다.	0.79			
	나 스스로를 위로하고 자기만족을 추구하기 위해 허용된 범위에서 작은 사치를 한다.	0.75			
	나에게 의미 있는 소비라면 때로는 과감하게 소비한다.	0.70			

도를 사용하였으며, 점수가 높을수록 소비절제 수준이 높은 것을 나타낸다. 요인분석과 신뢰도 분석을 통해 측정도구의 타당도와 신뢰도를 검증하였다. 측정 문항들은 2개의 요인으로 분류되었는데, 1요인은 총 5문항으로 경제적 상황으로 인한 소비절제를 의미하는 경제적 소비절제, 2요인은 총 4문항으로 허용된 범위 내에서 작은 사치를 추구하거나 자신에게 의미 있는 소비를 선택하는 선택적 소비절제로 나타났다. 추출된 요인의 신뢰도를 살펴 본 결과 Cronbach's α 값이 모두 0.7이상으로 나타나 신뢰성이 검증되었다. 경제적 소비절제와 선택적 소비절제의 측정 문항과 Cronbach's α 값은 <표 2>와 같다.

IV. 연구 결과

1. 대학생 인구통계적 특성에 따른 의복태도, 경제적 소비절제, 선택적 소비절제의 차이

대학생의 인구통계적 특성에 따른 대학생의 의복태도(유행성, 과시성, 경제성, 동조성), 경제적 소비절제, 선택적 소비절제의 차이를 분석한 결과는 <표 3> <표 4>와 같다. 의복태도의 경제성에서 월용돈($F=7.01, p<0.001$), 월

의복지출비($F=8.85, p<0.001$)가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 월용돈의 경우 다른 집단에 비해 30만원 미만집단($M=3.71, SD=0.66$), 30만원이상 50만원미만집단($M=3.73, SD=0.60$)이 경제성 수준이 높은 것으로 나타났다. 월의복지출비의 경우는 5만원미만집단($M=3.83, SD=0.65$)이 경제성 수준이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과를 통해 월용돈과 월의복지출비가 낮은 집단이 높은 집단에 비해 경제적인 의복태도를 가지고 있음을 알 수 있다. 이는 월의류구매지출액이 낮은 사람이 적정 소비를 위해 지속가능성 의류를 구매하고자 한다는 연구결과와 맥락을 같이 한다(고은희 외, 2023).

경제적 소비절제 행동에서는 월용돈($F=3.00, p<0.05$), 월의복지출비($F=5.60, p<0.001$)가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 월용돈의 경우 다른 집단에 비해 30만원미만집단($M=2.92, SD=0.54$)이 경제적 소비절제 수준이 높은 것으로 나타났으며, 월의복지출비의 경우에서도 5만원미만집단($M=2.95, SD=0.58$)이 경제적 소비절제 수준이 높은 것으로 나타났다. 선택적 소비절제 행동에서는 성별($F=3.13, p<0.01$)이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 여학생($M=3.90, SD=0.50$)이 남학생($M=3.61, SD=0.58$)보다 선택적 소비절제 수준이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과를 통해 월용돈과 월의복지출비가 낮은

<표 3> 인구통계학적 특성에 따른 의복태도의 차이

변수	집단	유행성			과시성			경제성			동조성		
		M	SD	t/F	M	SD	t/F	M	SD	t/F	M	SD	t/F
성별	여	3.43	0.57	1.42	2.75	0.67	-0.66	3.66	0.76	1.50	2.68	0.44	1.05
	남	3.26	0.83		2.83	0.82		3.48	0.67		2.60	0.43	
학년	1학년	3.35	0.78	0.23	2.83	0.78	0.24	3.19	0.66	0.17	2.62	0.45	0.64
	2학년	3.32	0.67		2.77	0.76		3.21	0.69		2.60	0.39	
	3학년	3.44	0.80		3.11	0.84		3.24	0.74		2.73	0.48	
	4학년	3.38	0.72		2.93	0.82		3.23	0.72		2.66	0.47	
월용돈	30만원 미만	3.30	0.79	0.18	2.85	0.83	1.81	3.71bc	0.66	7.01***	2.72	0.45	0.61
	30-50만원	3.32	0.65		2.68	0.74		3.73c	0.60		2.60	0.44	
	50-70만원	3.44	0.87		3.13	0.74		3.20ab	0.86		2.61	0.40	
	70만원 이상	3.38	0.72		2.81	0.62		3.10a	0.76		2.65	0.38	
월의류지출비	5만원 미만	2.96	0.80	2.80	2.56	0.67	1.62	3.83b	0.65	8.85***	2.71	0.45	0.94
	5-10만원	3.37	0.62		2.74	0.74		3.78b	0.60		2.68	0.44	
	10-20만원	3.53	0.55		2.89	0.81		3.45ab	0.52		2.59	0.42	
	20-30만원	3.34	0.77		3.03	0.63		2.92a	0.93		2.53	0.39	
	30만원 이상	3.54	1.05		3.08	0.86		2.94a	0.81		2.50	0.43	

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

집단이 높은 집단에 비해 경제적 소비절제 행동을 하며, 여성이 남성보다 선택적 소비절제 행동을 하고 있음을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 성별과 용돈이 소비절제행동에서 유의미한 차이를 보인다는 선행연구와 일치한다(고지수, 2021; 최경숙, 박명숙, 2017).

2. 대학생의 의복태도, 경제적 소비절제, 선택적 소비절제간의 관계

대학생의 의복태도(유행성, 과시성, 경제성, 동조성), 경제적 소비절제, 선택적 소비절제의 상관관계를 살펴본

결과는 <표 5>와 같다. 의복태도 변수에서 경제성과 동조성은 경제적 소비절제 행동과 유의한 정적 상관관계를 보였으며, 유행성과 과시성은 선택적 소비절제 행동과 유의한 정적 상관관계를 보였다. 이러한 결과를 통해 의복 구매시 가격을 중시하는 경제성이 높을수록, 주위 사람들과 유사한 옷차림을 하고자 할수록 경제적 소비절제를 많이 하는 것을 알 수 있다. 또한 유행 경향과 유행 정보에 관심이 많을수록, 유명상표에 대한 선호와 과시가 높을수록 선택적 소비절제를 많이 하는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 사회적, 쾌락적 효용과 선택적 소비절제가 유의한 정적 관계로 나타난 연구(이희정, 차문경, 2020)와 과시욕구와

<표 4> 인구통계학적 특성에 따른 경제적 소비절제와 선택적 소비절제의 차이

변수	집단	경제적 소비절제			선택적 소비절제		
		M	SD	t/F	M	SD	t/F
성별	여	2.74	0.64	0.65	3.90	0.50	3.13**
	남	2.67	0.64		3.61	0.58	
학년	1학년	2.56	0.54	0.56	3.65	0.54	0.47
	2학년	2.52	0.53		3.67	0.55	
	3학년	2.60	0.62		3.86	0.64	
	4학년	2.58	0.56		3.72	0.58	
월용돈	30만원 미만	2.92b	0.54	3.00*	3.68	0.55	1.51
	30-50만원	2.69b	0.66		3.69	0.56	
	50-70만원	2.65ab	0.65		3.97	0.45	
	70만원 이상	2.40a	0.56		3.84	0.61	
월의류 지출비	5만원 미만	2.95b	0.58	5.60***	3.57	0.66	1.51
	5만원-10만원	2.81b	0.58		3.72	0.49	
	10-20만원	2.61ab	0.64		3.92	0.60	
	20-30만원	2.40ab	0.58		3.76	0.50	
	30만원 이상	2.11a	0.59		3.81	0.56	

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

<표 5> 대학생의 의복태도, 경제적 소비절제, 선택적 소비절제의 관계

		1)	2)	3)	4)	5)	6)
의복태도	유행성 1)	1.00					
	과시성 2)	0.41***	1.00				
	경제성 3)	0.29***	-0.08	1.00			
	동조성 4)	0.14	0.29***	0.14*	1.00		
경제적 소비절제 5)		-0.06	0.02	0.34***	0.29***	1.00	
선택적 소비절제 6)		0.35***	0.31***	0.03	0.01	-0.10	1.00

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

지위욕구가 선택적 소비절제와 정적으로 유의한 관계를 보인 연구(신임순, 2022), 물질주의와 소비절제가 유의한 정적 상관관계로 나타난 선행연구(이진, 강기정, 2021)와 맥락을 같이 한다.

3. 대학생 의복태도가 경제적 소비절제에 미치는 영향

의복태도인 유행성, 과시성, 경제성, 동조성이 대학생의 경제적 소비절제에 미치는 영향력을 살펴보기 위해 일반적 특성인 성별, 월용돈, 월의류지출비를 통제한 상태에서 중다회귀분석을 실시하였다. 선행연구에서 대학생의 소비절제에 영향을 끼치는 일반적 특성으로 성별, 용돈, 월의복지출비가 유의하게 나타나므로 이를 통제변수로 선정하였다(이진, 강기정, 2021; 이주영, 2019; 최경숙, 박명숙, 2017). 그 결과는 <표 6>과 같다. 중다회귀분석에 앞서 변수 간의 다중공선성을 판단하기 위하여 분산팽창요인 값을 살펴본 결과, 독립변수들의 평균 분산팽창요인 값이 1.34 미만으로 다중공선성이 존재하지 않음을 확인하였다. 대학생의 경제적 소비절제에 유의한 영향을 미치는 요인은 경제성($\beta=0.26$ $p=0.004$) 동조성($\beta=0.23$ $p=0.004$) 유행성($\beta=-0.18$ $p=0.043$) 순으로 나타났으며, 그 설명력은 23%로 나타났다. 경제성, 동조성에 대한 의복태도가 높을수록, 유행성에 대한 의복태도가 낮을수록 경제적 소비절제 행동이 높아지는 것이다. 즉 대학생이 의복 구매 시 가격을 중요하게 여길수록, 남들과 유사한 옷

차림을 하고자 할수록, 유행에 대한 관심이 적을수록 경제적 소비절제 행동을 많이 하게 된다는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 가격에 큰 가치를 두는 소비자들이 불필요한 소비를 피한다는 기존 연구(이은희, 2007; Lewis & Moital, 2016)와 준거집단에 동조하는 경향의 소비자가 사회적 상황에 맞춰 소비를 조정한다는 기존 연구와 부합한다(차정옥, 최민영, 2010; Mohammad et al., 2021).

4. 대학생 의복태도가 선택적 소비절제에 미치는 영향

의복태도(유행성, 과시성, 경제성, 동조성)이 대학생의 선택적 소비절제에 미치는 영향력을 살펴보기 위해 일반적 특성인 성별, 월용돈, 월의류지출비를 통제한 상태에서 중다회귀분석을 실시하였다. 선행연구에서 대학생의 소비절제에 영향을 끼치는 일반적 특성으로 성별, 용돈, 월의복지출비가 유의하게 나타나므로 이를 통제변수로 선정하였다(이진, 강기정, 2021; 이주영, 2019; 최경숙, 박명숙, 2017). 그 결과는 <표 7>과 같다. 중다회귀분석에 앞서 변수 간의 다중공선성을 판단하기 위하여 분산팽창요인 값을 살펴본 결과, 독립변수들의 평균 분산팽창요인 값이 1.34 미만으로 다중공선성이 존재하지 않음을 확인하였다. 대학생의 선택적 소비절제에 유의한 영향을 미치는 요인은 과시성($\beta=0.27$ $p=0.004$) 유행성($\beta=0.23$ $p=0.003$) 순으로 나타났으며, 그 설명력은 19%로 나타났다. 의복태도 중 과시성과 유행성이 높을수록 선택적 소비

<표 6> 대학생의 의복태도가 경제적 소비절제에 미치는 상대적 영향 (N=144)

변 수		경제적 소비절제		
		B	SE	β
(상수)		1.54	0.42	.
여학생 (남학생=0)		0.01	0.10	0.01
월용돈		-1.06	1.68	-0.05
월의복지출비		-1.11	4.39	-0.22*
의복 태도	유행성	-0.16	0.08	-0.18*
	과시성	0.08	0.07	0.09
	경제성	0.23	0.08	0.26**
	동조성	0.34	0.11	0.23**
F		7.08***		
R ²		.267		
Adj. R ²		.229		

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

〈표 7〉 대학생의 의복태도가 선택적 소비절제에 미치는 상대적 영향 (N=144)

변 수		선택적 소비절제		
		B	SE	β
(상수)		2.81	0.38	.
여학생 (남학생=0)		0.29	0.09	0.26**
월용돈		1.48	1.52	0.08
월의복지출비		-2.11	3.96	-0.01
의복 태도	유행성	0.18	0.07	0.23**
	과시성	0.20	0.07	0.27**
	경제성	-0.01	0.07	-0.01
	동조성	-0.15	0.10	-0.12
F		5.87***		
R ²		.232		
Adj. R ²		.192		

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

절제 행동이 높아지는 것이다. 즉, 대학생들이 의복을 구매할 때 유명 브랜드에 대한 선호와 과시적 성향이 강할수록, 유행을 따르고 유행 정보를 중시할수록 선택적 소비절제 행동을 더 많이 보인다는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 과시적 동기가 클수록 선택적 소비 행동을 촉진한다는 기존 연구(고지수, 2021; 정유원, 이규혜, 2023; Ahn et al., 2016)와 유행을 추구하는 성향이 강한 소비자가 수입 및 유명 브랜드를 선호하는 경향이 있다는 선행 연구와 부합한다(김자영, 하규수, 2011; 허경옥, 2016).

V. 결론 및 논의

본 연구에서는 대학생을 대상으로 경제적 소비절제와 선택적 소비절제에 영향을 미치는 주요 의복태도 요인을 파악하였다. 주요 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 대학생의 의복태도에서 경제성은 월용돈과 월의복지출비에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 경제적 소비절제는 월용돈과 월의복지출비에서, 선택적 소비절제는 성별에서 유의미한 것으로 나타났다. 경제성과 동조성은 경제적 소비절제 행동과 유의한 정적 상관관계를 보였으며, 유행성과 과시성은 선택적 소비절제 행동과 유의한 정적 상관관계를 보였다.

둘째, 대학생의 경제적 소비절제에 영향을 미치는 의복태도 변수는 경제성, 동조성, 유행성으로 나타났으며, 경제성, 동조성이 높을수록, 유행성이 낮을수록 경제적 소

비절제 행동이 높은 것으로 나타났다.

셋째, 대학생의 선택적 소비절제에 영향을 미치는 의복태도 변수는 과시성, 유행성으로 나타났으며, 과시성과 유행성이 높을수록 선택적 소비절제 행동이 높은 것으로 나타났다.

이상의 결과를 통해 의복태도와 소비절제간의 관계성이 파악되었으며, 경제적 소비절제와 선택적 소비절제에 대한 의복태도의 차별적인 영향력을 규명함으로써 의복 소비자 행동에 대한 이해의 폭이 확장되었다. 본 연구의 결론을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 경제적 소비절제 행동과 관련하여, 경제성을 중시하는 의복태도가 높을수록 경제적 소비절제 행동이 증가하는 것을 확인하였다. 이는 경제성이 높은 소비자들이 의류 구매 시 가격 대비 가치를 중요하게 생각하며, 불필요한 지출을 최소화한다는 선행연구 결과와 맥락을 같이 한다(이은희, 2007; Lewis & Moital, 2016). 또한 쇼핑성향에 따른 명품소비 분석에서 경기민감도와 구매민감도가 명품소비에 영향을 주지 않는 것으로 나타난 연구결과와 부합한다(고지수, 2021). 이는 경제성을 중시하는 대학생이 합리적인 소비를 추구하며 경제적 소비절제를 실천하고 있음을 의미한다. 경제성은 가격과 품질을 고려하여 합리적인 선택을 내리는 데 중요한 역할을 하므로(Klerk, 2020), 이를 고려한 소비절제 행동을 장려하는 소비환경 여건이 마련될 필요가 있다. 경제적 부족으로 인한 소비절제는 비자발적인 동기로 소비생활만족도와 소비 자유향을 낮추는 것으로 나타나지만 소비 자신감에는 영향을 미

치는 않는 것으로 보고되고 있다(성영애, 2016). 따라서 대학생이 경제성에 중점을 두는 의복태도를 긍정적 요인으로 생각하며 자신감 있게 합리적인 소비생활을 이어갈 수 있도록 지지해주는 소비환경 조성이 이루어져야 한다. 예산 내에서 최대한 가치 있는 소비를 하며 사회적 가치와 합리적 효용성을 추구할 수 있는 중고의류 및 지속가능 의류 소비에 대한 시장 환경을 구축하여 관련 정보를 제시할 필요가 있다. 더불어 자신의 욕구를 조율하며 가용자원 범위 내에서 가격비교를 통해 할인 행사나 세일 기간을 활용하는 경제적 소비절제 행동이 합리적 의복 소비생활의 근간이 된다는 소비교육이 이루어질 필요가 있다.

또한, 동조성을 중시하는 의복 태도가 높을수록 경제적 소비절제 행동이 증가하는 것을 확인하였다. 이는 동조성이 높은 소비자들이 사회적 상황이나 집단 규범에 따라 소비를 조절하는 경향이 있다는 기존 연구와 연결된다(차경옥, 최민영, 2010; Mohammad et al., 2021). 동조성에 기반을 둔 의복소비는 사회적 승인이나 인정을 받기 위해 의사결정을 내릴 때 자기 주위의 가족, 이웃, 친구 등 준거집단의 결정에 동조하는 경향이 있다(Lira & Costa, 2022). 따라서 경제적 저성장 시기에 사회적으로 경제적 소비절제가 암묵적인 사회적 규범으로 나타나는 경우 이러한 소비행동과 동일시하려는 동조성이 의복소비 행동에 중요한 영향을 미치게 되는 것이다. 그러므로 대학생의 경제적 소비절제를 실천하도록 유도하기 위해서는 사회적 네트워크나 커뮤니티를 활용하여 소비절제의 필요성과 효율적인 의복 소비방안을 공유하는 것이 필요하다.

둘째, 선택적 소비절제 행동과 관련하여, 과시성을 중시하는 의복 태도가 높을수록 선택적 소비절제 행동이 증가하는 것을 확인하였다. 이러한 결과는 과시적 동기가 높을수록 선택적 소비행동을 하게 된다는 선행연구와 일치하며(정유원, 이규혜, 2023; Ahn et al., 2016), 브랜드민감도가 높을수록 명품소비가 증가한다는 연구결과와 맥락을 같이 한다(고지수, 2021). 과시성은 제품의 경제적·기능적 효용보다는 사회적·상징적 의미를 중시하여 제품이나 서비스를 통해 자신을 타인에게 드러내고자 하는 경향이다(차경옥, 최민영, 2010). 특히 의복 과시성이 높은 소비자는 타인에게 각인되기 위하여 사회적 지위효과가 강조되는 유명상표를 선호하게 되는데, 이는 상대적 소득이나 계층과는 무관하게 소득의 일정부분을 소비하게 한다(유명, 1993). 따라서 과시성이 높은 대학생이 비록 경제적 제약이 있더라도 자신이 감당할 수 있는 범위에서 자신을 드러낼 수 있는 작은 사치를 선택하게 되는 것이다.

그리고 유행성을 중시하는 의복 태도가 높을수록 선택적 소비절제 행동이 높아지는 것이 확인되었으며, 유행성을 중요하게 여기지 않을수록 경제적 소비절제가 높아지는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 유행추구성향이 높은 소비자일수록 수입상표와 유명상표를 추구하는 성향이 높다는 선행연구와 맥락을 같이 한다(김자영, 하규수, 2011; 허정옥, 2016). 유행을 추구하는 대학생 소비자일수록 패션 트렌드를 따르기 위해 구매 가능한 범위에서 선택적으로 사치스러운 의류소비를 하는 것이다. 본 연구에서 다루어지는 선택적 소비절제는 소비절제에서 파생된 것으로 자기 자신의 조절범위에서 이루어지는 소비행동 이므로(성영애, 2016), 과시성과 유행성은 소비자 자신이 좋아하는 특정한 선택 소비로 이끄는 중요한 동인이라 볼 수 있다. 따라서 일반적인 과시적 소비로 이어지는 의복태도와는 달리 특정한 소비를 위하여 다른 영역의 소비를 절제하는 심리적 메커니즘이 적용된 결과라고 볼 수 있다.

MZ세대의 특징이 자신의 만족을 우선시하는 경향으로 나타나는데, MZ세대는 타인에게 선물할 때보다 자신이 사용할 제품에 대해 상품성을 더 중요하게 평가하는 것으로 나타났다(전대근, 2020). 따라서 의류시장은 이러한 대학생 소비자의 성향을 파악하여 실무적인 상품개발에 전략적으로 활용해야 한다. 특정 브랜드나 스타일의 한정판 제품을 출시하여 경제적 불황기에 소비자가 선택적 소비절제를 할 수 있도록 다양한 제품과 서비스 대안을 마련할 필요가 있으며, 대학생 소비문화와의 연결망을 고려하여 문화예술체육 분야와의 협업을 강구해 볼 필요가 있다. 한편, 작은 사치가 반복되게 될 경우 직간접적으로 충동구매와 같은 역기능적 소비행동으로 이어질 가능성이 있으므로, 이를 방지하기 위하여 적절한 자기 통제력이 필요하다. 따라서 대학생 소비자를 대상으로 의복의 과시성과 유행성에 대한 심층적인 이해를 바탕으로 소비욕구 조절의 필요성을 강조하는 지속적인 소비교육이 이루어질 필요가 있다.

본 연구는 대학생 소비자의 경제적 소비절제와 선택적 소비절제에 영향을 미치는 주요 의복태도 요인들을 실증적으로 파악함으로써, 대학생 소비자 행동에 대한 이해의 폭을 확장한 데 학술적 의의가 있다. 경제적 저성장이 지속되는 상황에서 대학생 소비자가 어떤 의복태도에 의해 소비절제 행동을 실천하는지를 규명함으로써 절제된 소비행동에 대한 이론적 근거를 마련하였다. 이를 바탕으로 본 연구는 의류시장 활성화 및 소비자교육에 대한 실질적인 방향성을 제시하였다. 그럼에도 불구하고 연구대상자

가 일부 대상과 특정 지역에 국한되어 이루어짐으로써 연구결과에 대한 일반화의 한계점이 나타나고 있다. 이에 후속 연구에서는 지역과 인구 통계적 특성을 고려한 폭 넓은 연구대상자를 구성할 필요가 있으며, 의복태도를 보다 다양하게 구성하여 소비행동에 대한 심층적인 분석이 이루어질 필요가 있다.

주제어: 의복태도, 경제적 소비절제, 선택적 소비절제, 대학생

REFERENCES

- 강우량(2024). 얇아진 지갑에 소비자들 '편물 소비'.. 관리비 육아용품 지출도 조여. *조선일보*. https://www.chosun.com/economy/economy_general/2024/08/31/ZSRSU6Z3PNCRXKNJ3PI4GHQJY/?utm_source=naver&utm_medium=referral&utm_campaign=naver-news에서 인출
- 강혜원, 홍희숙(1992). 자기모니터링과 의복태도 및 유행 의사전도력의 관련 연구. *생활과학논집*, 6, 47-57.
- 고애란(1994). 국내 및 외국 상표 청바지의 구매의도에 따른 평가기준에 대한 신념과 추구이미지 및 의복태도의 차이연구. *한국의류학회지*, 18(2), 263-272.
- 고지수(2021). 팬데믹 이후 의류 소비 행동 변화 연구. 연세대학교 석사학위논문.
- 김자영, 하규수(2011). 소비자의 의류쇼핑성향이 수입의류 및 수입의류복제품 선호에 미치는 영향 분석. *소비문화연구*, 14(2), 45-68.
- 김종희, 조현주(2003). 청소년의 소비자 의식과 의복구매 행동. *한국가정교육학회지*, 15(2), 67-78.
- 김중인(2022). 작은 사치 성향이 소비행복에 미치는 영향: 품질만족의 조절효과 및 매개효과. *상품학연구*, 40(3), 65-72.
- 고은희, 문주옥, 김민정(2023). 직장인 여성의 의복추구혜택에 따른 소비자유형과 지속가능성 의류 구매의도의 영향요인. *소비자정책교육연구*, 19(2), 141-160.
- 문혜경, 유태순(2001). 사회적 자기효능감이 우울성향 및 스트레스정도에 따라 의복태도와 화장도에 미치는 영향. *복식*, 51(5), 77-94.
- 민은주(2024). 아껴도 돈 나가는 고물가... 옷 신발부터 안 샀다. *한국섬유신문*. <https://www.ktnews.com/news/articleView.html?idxno=131870>에서 인출
- 박광희, 정인향, 최선영, 한정숙(1998). 의복행동에 관한 이론적 고찰(I). *과학논집*, 24, 87-112.
- 박정혜(2002). 추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조 화장행동 연구. 숙명여자대학교 박사학위논문.
- 성영애(2016). 소비절제를 추구하는 라이프스타일과 행복에 관한 연구. *소비자학연구*, 27(2), 233-254.
- 성영애(2017). 소비절제와 영향요인에 관한 연구 - 자기통제와 물질주의를 중심으로. *재무설계검토*, 10(2), 1-21.
- 신임순(2022). 사회적 불안요인이 작은사치소비에 미치는 영향. *미용예술경영연구*, 16(1), 101-118.
- 신효련, 홍은실(2009). 대학생의 화폐소득과 의복구매행동: 광주·전남지역 대학생을 대상으로. *한국가족자원경영학회지*, 13(4), 141-169.
- 유명의(1993). 의복의 과시적 소비현상과 사회계층과의 관계연구. 전남대학교 박사학위논문.
- 유진희(2016). '나만의 작은 사치', 불황에도 통한다!. *마이더스*, 2016년 9월호, 120-121. http://www.yonhapmidas.com/article/160907204803_115944에서 인출
- 이건, 강기정(2021). 후기 청소년기 대학생의 물질주의, 소비절제 및 행복감 연구. *한국가족복지학*, 26(4), 577-596.
- 이숨이(2024). 보복소비는 옛말...패션업계, 길어지는 내수 침체에 시름. *이코노믹리뷰*. <https://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=654829>에서 인출
- 이영숙(2007). MBTI 심리유형 분석에 따른 자기이미지와 의복태도와의 관련성. *Journal of The Korean Data Analysis Society*, 9(2), 647-658.
- 이은숙, 서정희(2000). 대학생의 경제적 불안과 유행추구적 의복소비태도. *생활과학논문집*, 1(1), 79-92.
- 이은희(2007). 청년기 여학생의 외모관련태도와 의복태도와의 관련 연구. *한국생활과학회지*, 16(2), 421-432.
- 이주영(2019). 여대생의 자기효능감, 외모관심 및 의복태도에 관한 연구. *패션과 니트*, 17(1), 17-26.
- 이희정, 차문경(2020). 선택적 소비절제(작은 사치) 경향이 명품공유서비스에 대한 효용인식과 이용의도에 미치는 영향: 명품브랜드 수준에 따른 조절효과, 소

- 비문화연구, 23(2), 243-263.
- 장서윤(2023) 나만의 사리에 지갑 연다...경기 침체에도 스물 럭셔리 열풍. 주간한국. <https://weekly.hankooki.com/news/articleView.html?idxno=7080188>에서 인출
- 전경란, 이미숙(2006). 라이프 스타일과 의복 쇼핑 성향과의 관계 연구 -남녀 대학생들을 중심으로-. 복식문화연구, 14(4), 567-580.
- 전대근(2020). MZ세대의 과소비성향이 자기 사용과 선물 상황에서 의복평가기준에 미치는 영향. 한국문화, 23(4), 107-119.
- 정수진, 추미선(2011). 체형인식과 자아존중감, 신체만족도 및 신체이미지가 의복태도에 미치는 영향. 한국 의상디자인학회지, 13(3), 117-133.
- 정수진, 추미선(2015). 한중 남자대학생의 체형인식과 신체만족도 및 유행관심도가 의복태도에 미치는 영향. 한국디자인문화학회지, 21(3), 633-642.
- 정유원, 이규혜(2023). 선택적 소비심리가 적용되는 브랜드 구매동기 연구. 브랜드디자인학연구, 21(3), 383-392.
- 조선희, 이준영(2024). 코로나19 시기 의복비 지출의 변화에 관한 연구. 한국생활과학회지, 33(4), 507-519.
- 차경옥, 최민영(2010). 청소년의 의류구매행동에서 나타난 과소비성향과 동조소비성향 분석. 소비자정책교육연구, 6(1), 27-45.
- 최경숙, 박명숙(2017). 대학생소비자의 소비절제(Anti-Consumption)행동에 관한 연구. 소비문화연구, 20(3), 7-25.
- 추태귀, 박현희(2013). 중고패션제품의 소비가치가 태도와 재구매의도에 미치는 영향 -패션연출 자신감의 조절효과-. 한국의류학회지, 37(4), 618-630.
- 한명숙, 정미혜(2000). 대학생의 가치관과 의복구매행동에 관한 연구. 복식문화연구, 8(4), 602-610.
- 허경옥(2016). 소비자의 합리성추구, 유행추구, 과시추구 성향이 국산 및 수입유명상표추구행동에 미치는 영향 구조분석. 소비자정책교육연구, 12(4), 249-268.
- 황혜정(2014). 절제된 소비의 작은 탈출구, 작은 사치가 늘고 있다, <https://m.lgbr.co.kr/report/view.do?idx=18696>에서 인출
- KOSIS 국가통계포털, <https://kosis.kr/search/search.do>에서 인출
- Ahn, E., Chae, J., & Lee, H. H. (2016). Shopping for oneself: Motives and orientations of small luxury purchase as self-gifting. *International Journal of Costume and Fashion*, 16(1), 87-107.
- Iyer, R., & Muncy, J. A. (2009). Purpose and object of anti-consumption. *Journal of Business Research*, 62, 160-168.
- Klerk, N. D. (2020). Influence of status consumption, materialism and subjective norms on generation y students' price-quality fashion attitude. *The International Journal of Business and Management*, 12, 163-176.
- Lewis, A., & Moital, M. (2016). Young professionals' conspicuous consumption of clothing. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 20, 138-156.
- Lira, J., & Costa, M. F. D. (2022). Theory of planned behavior, ethics and intention of conscious consumption in slow fashion Consumption. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*. 26(5), 905-925.
- Mohammad, J., Quoquab, F., & Sadom, N. Z. M. (2021). Mindful consumption of second-hand clothing: the role of eWOM, attitude and consumer engagement. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 25(3), 482-510.
- Nepomuceno, M. V., & Laroche, M. (2015). The impact of materialism and anti-consumption lifestyles on personal debt and account balances. *Journal of Business Research*, 68(3), 654-664.
- Sharma, E., & Alter, A. L. (2012). Financial deprivation prompts consumers to seek scarce goods. *Journal of Consumer Research*, 39(3), 545-560.
- Sproles, G. B. (1986). The concept of quality and the efficiency of market issues and comment. *Journal of consumer research*, 13, 146-148.
- Zavestoski, S. (2002). The social-psychological bases of anticonsumption attitudes, *Psychology and Marketing*, 19(2), 149-165.

Received 06 October 2024;

1st Revised 22 October 2024;

Accepted 28 October 2024