

## **Impulsive and Compulsive Shopping Behaviors: Are Two Forms of Consumption Related ?**

**Seung-Hee Lee and Betsy Breseman(U.S.A.)**

**Ohio State University(U.S.A.)**

Impulsive buying has generally been described as any purchase which a shopper makes but has not planned in advance, and has long been considered a significant form of consumer shopping behavior; indeed, researchers report a steady increase in the incidence of unplanned purchasing in recent decades(Cobb & Iloyer, 1986). The more often consumers use apparel stores in this way, the greater the possibility for impulsive buying. Related to the notion of impulsive buying is that of compulsive shopping. Whereas impulsive shoppers maintain control over their behavior, compulsive shoppers experience an uncontrollable drive or desire to obtain that leads to repetitively engage in a behavior that will ultimately cause harm to the individual or other. It is an addition ("Compulsive behavior", 1991) from Which as many as 5.9% of Americans may suffer (O'Guim & Faber, 1989). Recent studies of impulsive and compulsive shopping behaviors seem to suggest a link between them, as well as an indication that low levels of self-esteem are related to higher levels of impulsive and compulsive shopping, but none were found to have compared two behaviors together with self-esteem. Therefore, the purpose of this study is to examine the relationships between impulsive and compulsive shopping with self-esteem. The sample for this study consisted of 121 American undergraduate students at The Ohio State University, U. S. A. Respondents were asked to complete a questionnaire using Rosenberg's Self-Esteem Scale, Stern's Impulsive Buying Scale, Faber and O'Guim's Compulsive Buying Scale. Data were analyzed using Pearson's Product Moment Correlation. As a result, low levels of Self-Esteem were related to higher levels of impulsive shopping behavior and higher levels of compulsive shopping behavior. Also, higher levels of impulsive shopping behavior were related to higher levels of compulsive shopping behavior.

Impulsive and compulsive shopping behaviors were directly correlated, meaning perhaps that the two behaviors have some characteristics in common. Self-Esteem may be a major factor in the shopping behavior of impulsive and compulsive buyer, influencing purchases and elevating Self-Esteem levels. Most studies examine these two phenomena separately. However, to understand the driving forces behind these behaviors, perhaps they should be explored and compared simultaneously.

## 충동구매과 강제성 구매행동 : 두 소비형태는 관련이 있는가 ?

이 승 희 · Betsy Breseman(미국)

오하이오 주립대학(미국)

최근 소비자의 충동구매율이 점차 높아짐으로써 마케팅 분야에서는 충동구매에 대한 연구가 중요시 여겨져 왔다. 소비자들의 의류 구매시 특히 충동구매가 높은 것으로 나타내어진다. 충동구매와 관련된 각 다른 구매행동이 강제성 구매인데, 충동구매인 경우 개인이 자신들의 행동을 자제할 수 있는 반면 강제성 구매는 사고 싶은 욕망을 자제하기 어렵고 더 나아가서 궁극적으로 자신 또는 다른 이들에게 해를 끼친다는 점에서 충동구매와 구별이 된다고 할 수 있다. 이 강제성 구매는 '중독' 같은 현상으로 이해되어지며 미국인의 6%가 이 소비행동을 보인다고 한다. 최근 이 두 소비행동이 서로 관련이 있고 특히 자아 존중감이 낮을수록 이 소비행동이 높아진다는 논의가 제기되고 있지만, 실제 두 소비행동을 함께 비교 조사한 연구는 전혀 없기에 이 연구는 충동구매와 강제성 구매의 관련성 특히 자아 존중감과의 연관성에 대해 조사하는데 목적이 있다. Rosenberg의 Self-Esteem Scale, Stern 의 Impulsive Buying Scale, Faber와 O'Guim의 Compulsive Buying Scale을 사용하였다. 자료분석을 위해 Pearson's Product Moment Correlation으로 통계처리를 하였다. 그 결과 자아 존중감이 낮을수록 충동구매와 강제성 구매가 높은 것으로 나타나 두 소비행동이 직접 관련이 있음을 보였다. 많은 연구들이 이 두 소비행동들을 각기 따로 조사하고 있으나, 본 연구에서 자아존중감이 두 행동들의 주요요소로 작용한다는 것이 밝혀진 것처럼 좀 더 충동구매와 강제성 구매행동의 근본적인 원인 분석을 하기 위해서는 두 소비행동들에 관한 공동연구로 비교조사해봄이 바람직할 것이다.