

현대 소비자의 소비스타일 분석

장 현 선(성신여자대학교 강사) · 김 기 욱(성균관대학교 교수)

패션 스타일이 저마다 다르듯이 현대 소비자의 소비의 모습은 일종의 ‘스타일’이라고 일컬을 수 있을 만큼 다양한 형태로 나타나고 있다. 생산의 반대 개념에서 출발한 소비의 의미는 이제 소비 스타일만 보아도 그 개인의 가치관과 생활수준, 성격 등의 구체적인 특성까지를 살펴볼 수 있는 기제로 발전하였고 그 사람이 누구 인가를 평가할 수 있는 중요 수단이 되기도 한다.

이에 본 연구에서는 소비스타일(consumption style)을 개인의 소비하는 모습 전반을 일컫는 일종의 소비 양식 및 스타일로 간주하고, 의사결정 스타일 및 쇼핑 스타일 같은 미시의 개념을 넘어선 거시의 개념으로써 소비를 하는데 있어서 타인과 구별되는 특징적이고 독특한 소비하는 방식으로 정의하였다. 연구의 목적은 현대 소비자들의 소비의 모습을 파악하여 현대를 살고 있는 각 소비자들의 소비 스타일을 분석하고자 하는 것이다. 연구대상은 성인소비자 1000명으로 한정하였으며, 온라인 전문조사기관(www.embrain.com)에 의뢰하여 사회 인구통계학적 비율을 고르게 할당하여 표집 하였다. 자료 분석방법은 SPSS WIN 12.0과 AMOS 6.0 프로그램을 이용하였으며 Cronbach's α 계수, 재 조사법, 변별력 분석, 문항분석, 기술통계 분석, 탐색적 요인분석, 분산분석, 확인적 요인분석, 군집분석 등을 실시하였다. 주요 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 현대 소비자들의 소비의 모습은 자신만의 특이한 방식 및 양식이라고 할 수 있는 스타일(style)을 지니고 있으며, 각 소비자들은 동일한 상황 및 장소에서도 자신만이 즐겨하는 소비의 스타일을 따르고 있어서 각기 다양한 소비스타일을 보여주고 있었다.

둘째, 성인 소비자를 대상으로 현대 소비자의 소비스타일을 군집 분석한 결과, 총 4집단의 스타일로 분류되었으며 (1)전문 소비자 집단 (2)실용적 소비자 집단 (3)무관심 소비자 집단 (4)감성적 소비자 집단으로 현대 소비자의 소비스타일을 분석할 수 있었다. 소비를 하는데 있어서 전문가 못지않은 다양한 요인을 고려하여 소비를 주도하는 전문 소비자 집단, 경제적이며 실용적인 요소를 크게 중시하여 소비하는 스타일을 지니고 있는 실용적 소비자 집단, 소비에 큰 관심이나 노력을 기울이지 않으며 소비에 무심한 무관심 소비자 집단, 감성적인 면에 치우쳐 이성적이기보다는 즉흥적인 기분에 좌우되어 소비를 하는 감성적 소비자 집단으로 분류가 되었다. 소비 스타일은 소비의 전반적인 모습뿐만 아니라 의사결정 스타일, 쇼핑 스타일 등과 같은 소비에 포함된 모든 것을 아우르는 상위의 개념으로 소비자가 소비를 하는 구별되고 특징적인 소비의 모습 전반을 포함할 수 있는 양식 및 방식이라고 할 수 있겠다.

본 연구는 현대인의 소비스타일을 분석하여, 이제 소비도 패션 스타일이나 미용 스타일과 같은 나름의 고유한 방식 및 취향이라고도 할 수 있는 다양한 모습을 지니고 있다는 것을 밝혀내게 되었다. 지출의 동의어나 생산의 상대어로 사용되었던 소비가 그 의미를 확장시켜 가고 있음을 실증적으로 확인할 수 있었다. 그러나 “소비스타일”의 개념을 도입하여 현대의 소비스타일을 분석한 탐색적인 연구로서의 한계점을 지니며, 후속 연구에서는 다양한 소비 스타일을 제시하고 분석하여 현대인의 소비 모습을 총체적으로 이해할 수 있는 실증적인 연구가 나오기를 기대한다.