

어머니의 과시소비가 청소년소비자의 과시소비에 미치는 영향

The Effects of mothers' Conspicuous Consumption on Adolescent Consumers' Conspicuous Consumption

건국대학교 소비자·주거학과

강사 류미현

교수 이승신

Dept. of Consumer and Housing Studies, Kon Kuk University

Lecturer: Mi Hyun, Ryu

Prof.: Seung Sin, Lee

〈목 차〉

- | | |
|------------------|-------------|
| I. 서론 | IV. 결과 및 해석 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 및 제언 |
| III. 연구문제 및 연구방법 | 참고문헌 |

〈Abstract〉

This study investigates the importance of the role of mother to reduce conspicuous consumption of adolescent consumers. This study analyzes that the socio-demographic variables of adolescent consumers, consumer ability, the degree of materialism and the level at which the conspicuous consumption of the mother affect the conspicuous consumption of adolescent consumers. Analysis of the data collected from this study will be used to assist in reducing conspicuous consumption of adolescent consumers.

A survey was conducted by questionnaire with 597 adolescent consumers attending middle and high school located in Seoul and their mothers. The results of this study show that the effect of conspicuous consumption of the mother was the most significant factor on the conspicuous consumption of adolescent consumers.

The following factors were correlated with higher conspicuous consumption levels in adolescent consumers: 1) higher level of conspicuous consumption of the mother; 2) a lower level of the mothers consumer attitude; 3) the lower educational level of the mother; 4) whether the mother worked outside of the home rather than stayed at home full-time; and 5) less household income.

I. 서론

우리나라는 그동안의 경제발전으로 소득규모의 증가에 따라 소비지출의 양적인 증대와 소비수준의 향상, 소비규모의 팽창이 초래되었다. 과거 빈곤한 사회에서 급속히 풍요로운 사회로 변화하면서 올바른 소비문화가 형성되기도 전에 사회에는 생활의 만족을 물질에 의해 판단하고 물질이나 부를 상당히 중요하게 여기는 물질주의가 만연하고 체면에 얽매어 허례허식이 많아지면서 재화나 용역의 사용에서 효용을 중요시하기보다는 재화나 용역의 구매·사용 자체를 자신의 사회적 지위를 나타내는 수단으로 간주하면서 만족을 추구하는 경향이 뚜렷해지고 있다.

1970년대 중반 이후부터의 물질주의적 가치관의 팽배는 경제적인 부의 축적현상과 함께 생활전반에 걸쳐 과시적 소비현상을 가져오게 하였다(유명의, 1993). 특히 1990년대 이후 일부에서는 내구소비재의 고급화 및 대형화, 유명상표나 외제상표에 대한 무조건적인 선호, 과시풍조에 따른 품위유지비용의 과다지출 등의 비합리적인 소비행동으로 많은 소비문제가 나타났다(정준, 1997). 이러한 과시적 소비현상은 성인 소비자에게만 국한된 것이 아니라 소비생활을 하는 모든 인간 즉 모든 소비자에게서 나타날 가능성이 많으며 현재 대두되는 현상이라 볼 수 있다. 특히 미래의 새로운 소비문화 창출에 주역이 될 청소년 소비자들은 과시소비를 습득하여 과시소비적인 학습을 하게 되므로 소비에 대한 올바른 가치관 및 습관을 형성케 하여 소비생활에 많은 부정적 영향을 미치게 된다.

오늘날 청소년들은 과거와는 달리 가정에서 자녀 수 감소와 자녀의 지위 향상에 따라 용돈으로 쓸 수 있는 자유재량 소비액이 증가되었으며 구매행동의 범위가 넓어지면서 재화시장에서 큰 비중을 차지하게 되었으므로 청소년소비자 자신이 직접 제품을 선택하는 기회가 많아졌다.

하지만 청소년기는 성인기로의 과도기적 단계로 이 시기에는 소비자로서의 중요한 역할수행에 대해 아직은 경험이 미숙하고 올바른 소비에 대한 가치관이 형성되지 않은 채 수많은 허위·과장광고 등에

노출되어 무분별한 소비행동이 이루어질 수 있는 시기이다. 특히 청소년 비행 중 최근에는 학생 범죄가 점점 증가하고 있으며 과거 하류층이나 결손 가정 청소년의 비행에서 점차 중류층 이상의 정상 가정 청소년의 비행의 수가 증가하고 있어 사회적인 문제로 대두되고 있는데 이러한 결과는 고도 성장의 부작용이라 할 수 있는 물질주의 가치관의 팽배와 고소득층의 과시적 소비에 의한 전시효과와도 직접적인 관련이 있다고 볼 수 있다(문숙재, 1996). 즉 고소득층의 소비성향, 사치풍조는 전시효과에 의해 많은 사람들에게 자극을 주며 특히 정서적으로 불안하고, 충격에 의한 변화에 예민한 청소년기의 소비자들에게 심리적으로 더 큰 영향을 줄 수 있다. 결국 청소년들에게도 물질주의가 형성되어 이로 인한 과소비, 과시소비가 나타나게 되고 심하게는 다른 사람들과 차별화된 상품을 갖기 위해 청소년 범죄까지도 유발하게 된다.

따라서 청소년 소비생활에서 심각한 문제가 되고 있는 청소년의 과시소비를 억제하기 위해서는 먼저 가정 내에서의 소비의 주요 담당자인 어머니의 역할이 중요하리라고 본다. 물론 청소년소비자의 경우 가정 외에도 대중매체, 친구, 학교 등의 영향에 의존하기도 하지만 이 중에서도 가정은 인간이 태어나면서부터 지속적으로 접촉하는 기본적인 단위이므로 가정 내에서의 청소년자녀의 소비생활 지도는 중요하리라 본다.

그러므로 본 연구에서는 청소년소비자의 과시소비 감소를 위한 어머니의 역할의 중요성을 알아보고자 사회인구학적변수, 어머니의 소비자능력, 어머니의 물질주의성향, 어머니의 과시소비 등이 청소년 소비자의 과시소비에 어떠한 영향을 주는지에 대해 파악해 보고자 한다. 또한 오늘날의 청소년들을 미래의 현명한 소비자로 육성하기 위해 청소년들로 하여금 지나친 물질주의나 과시소비 성향을 지양할 방안을 모색하고, 특히 청소년소비자에게 지속적으로 큰 영향을 미칠 수 있는 어머니들의 올바른 소비생활 방안 모색과 아울러 어머니와 청소년소비자가 소비자 행동에 대한 올바른 가치관을 정립할 수 있도록 소비자교육 프로그램 개발에 필요한 자료를 제공하고

자 하는 데에 그 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. 과시소비

우리 인간의 욕구는 무한하다. Maslow의 욕구단계에서도 볼 수 있듯이 생리적인 욕구에서 자아실현이라는 고차원적인 욕구로 서열화되어 있다. 이러한 무한한 욕구충족을 위하여 소비함에 있어서 자원은 상대적으로 제한되어 있기 때문에 합리적이고 효율적인 소비자역할이 필요한데, 과시소비는 자원의 낭비일 수 있으며, 보여주기 위한 소비이므로 자신의 만족도는 낮을 수 있어서 경제적으로나 심리적으로 부정적 소비형태로 볼 수 있다. 우리 나라의 경우도 급격한 경제성장, 소득수준 향상, 개방화 등으로 인해 사람들의 욕구수준이 상승하고 제품의 사용가치보다는 그 제품의 사용으로 인해 자신의 지위나 경제력을 과시하기 위하여 제품을 소유, 소비하는 과시소비가 많이 나타나게 되었다. 이러한 소비는 제품의 경제적 효용에 의해서 라기보다는 사회적 효용에 의해 자극된다(백경미, 1998).

과시소비에 대해 Veblen(1934)은 사용을 통하여 효용을 얻기 위한 목적보다는 금전력을 과시하기 위하여 재화와 용역을 소비하는 행동으로 정의하고 있다. 즉 과시소비의 본질은 소비자가 재화와 용역의 사용으로부터 효용을 얻기보다는 사치나 낭비 그 자체로부터 효용을 얻는 것으로, 남에게 보이기 위한 지출이라고 하였다.

또한 박은아(1994), Mason(1980)도 과시소비는 자신의 지위를 나타내기 위한 행동으로 부의 전시를 뜻한다고 하였으며, 안길상(1991)은 과시소비를 과소비의 하위개념으로 자기자신을 타인에게 과시하고자 하는 욕구로 인해 발생하는 소비라 하였다.

그 외에 유명희(1993)는 과시소비를 재화의 소비에 있어 물질의 소유보다는 그 물질이 주는 상징적 의미에 가치를 두는 전시효과적인 소비로 보았다.

이처럼 대부분의 연구에서는 현대 자본주의 사회에서의 문제로 지적되고 있는 과시소비를 자신의 지

위를 과시하기 위한 부의 전시라는 데에 초점을 두어 정의를 내리고 있다.

따라서 본 연구에서도 이러한 정의를 기초로 과시소비란 재화나 서비스의 상징성을 통해 지위를 획득하거나 유지하려는 목적으로 부를 과시할 수 있는 재화나 서비스를 구매·사용하는 것을 의미하며 청소년소비자와 어머니의 제품의 지위상징성 인식, 타인이 인정하는 제품이나 유명상표 선호, 국산품보다는 외제품사용, 가급적이면 고급제품 구입, 다른 사람들에 비해 고가품을 구매하는 행동을 과시소비행동으로 포함시켰다.

2. 어머니가 청소년소비자의 소비행동에 미치는 영향

과거부터 오늘날에 이르기까지 가정내 교육은 주로 어머니의 담당으로서 그 중요성이 더욱 커지고 있으며 특히 어머니의 행동 유형은 자녀의 관찰행동에 모델이 되므로 어머니가 자녀에 미치는 영향력은 크다고 볼 수 있다.

사실 청소년소비자의 소비행동은 가정, 학교, 친구, 대중매체 등의 영향을 받고 있지만 그 중 어린 시절부터 가정에서의 부모, 그 중 어머니의 역할은 계속해서 중요한 영향을 미치고 있다.

Riesman 등(1955)은 청소년소비자는 부모에게서 소비의 합리적인 면 즉 가장 기초적이고 이성적인 부분을 학습한다고 하였으며(이기춘, 1988 재인용), Ward 등(1974)은 부모는 자녀에게 자신의 행동을 관찰하고 모방하도록 하며, 소비에 대해 상호작용을 하고 또한 소비할 수 있는 기회를 부여함으로써 소비자사회화에 영향을 준다고 하였다.

또한 부모와의 의사소통 정도에 따라서도 자녀에게 큰 영향을 주는데 Moschis 등(1983)의 연구결과 부모와 소비에 관한 의사소통을 많이 할수록 자녀들은 소비자역할의 인지 및 소비자활동을 합리적으로 하고 재화 및 서비스의 소비와 관련된 기능과 태도를 획득하는 것으로 나타났으며 김영신(1985)도 가족내에서 소비에 대한 대화를 많이 나눌수록 소비자실행도, 금전관리능력, 소비자지식이 높았으며 경제

적 구매동기도 강하게 나타난다고 하였다.

이재은(1980)은 어머니의 소비자행동 및 자녀에 대한 교육행동이 건전할수록 자녀의 소비자행동이 건전하다고 하였으며, 김문희(1996)는 어머니가 자녀와의 상호작용을 통해 정보수집자, 영향력자, 의사결정자로서의 역할을 하며, 또한 어머니는 자녀에 대해서 가장 중요한 소비동기 유발자의 역할을 하는데 이는 자녀에게 구입비용이나 미래 구매를 조장하는 기회를 주기때문이라 하였다.

이상의 연구에서 볼 때 청소년소비자는 그들의 부모 특히 어머니의 소비행동을 관찰, 모방하고 있으므로 어머니는 그들의 자녀인 청소년소비자의 소비행동에 긍정적, 부정적으로 큰 영향을 미친다고 할 수 있다.

3. 과시소비에 영향을 미치는 변수

1) 사회인구학적 변수

과시소비에 영향을 주는 사회인구학적변수에 대해 조사한 기존의 연구에서는 그 연구대상 및 연구지역에 따라 결과가 다르게 나타남을 볼 수 있었으며 본 연구에서는 청소년소비자의 과시소비에 영향을 나타낸 변수로 성별, 학교급, 용돈, 어머니 연령, 어머니 학력, 가계소득, 어머니 직업유무를 택하였다.

성별과 과시소비와의 관계는 상반된 견해가 나타나고 있는데 김문희(1996), 서정희·석봉화(1998), 이승신 등(1998)의 연구에서는 남학생이 여학생보다 과시소비 성향이 높게 나타났으나 송은경(1997), 편세린(1997)의 연구결과는 이와는 상반된 연구결과를 나타내었다.

서정희·석봉화(1998)의 연구에서는 청소년소비자의 과시소비성향은 중학생보다 고등학생이 높은 것으로 나타났으며 이는 우리나라의 경우 일반적으로 중학생이 고등학생에 비해 부모로부터 덜 독립적으로 소비생활하고 있기 때문이라 볼 수 있다고 하였다.

용돈과 과시소비와 관계를 본 연구(김문희, 1996; 편세린, 1997; 서정희·석봉화, 1998; 이승신 등, 1998)에서는 용돈이 많을수록 과시소비를 많이 하고

있는 것으로 나타났는데 이는 용돈이 많을수록 자유재량 소비액이 많아짐에 따라 실제 효용을 위한 소비보다는 과시를 위한 소비를 많이 하고 있기 때문이라고 하였다.

성인을 대상으로 한 이미용(1991), Mammen 과 Whan(1987)의 연구에서는 연령이 과시소비의 영향요인으로 가족생활주기 단계가 높은 경우가, 또한 가계소득이 높을수록 과시소비 성향이 높게 나타났다. 김문희(1996)의 연구에서는 가계소득이 높을수록 부모 자신들의 과시소비 뿐 아니라 자녀들의 과시소비 성향을 조장하는 것으로 나타났다.

황정선(1990), 이미용(1991)의 연구결과에서 성인들의 경우 교육수준이 높을수록 과시소비성향이 높아지는 것으로 나타났다. 또한 청소년을 대상으로 한 송은경(1997)의 연구에서 어머니의 교육수준이 높을수록 청소년 자녀의 과시소비가 높아지는 결과가 나타났다. 이는 어머니 학력이 높은 경우 비교적 사회적 지위가 있기 때문에 이를 과시하기 위한 소비가 많이 나타나 자녀들의 소비생활에도 큰 영향을 주고 있는 것이라고 하였다.

김시월(1996)의 연구결과 어머니가 전업주부인 경우보다 경제활동에 종사하고 있는 경우에 초기 청소년소비자의 과시소비 성향이 더욱 높게 나타났으며 이는 유직 주부의 경우는 용돈이나 기타의 물질로 대처하려는 보상심리가 크기 때문이라고 하였다.

2) 어머니의 소비자능력(소비자지식, 소비자태도, 소비자기능)변수

어머니의 소비자능력과 청소년소비자들의 과시소비와의 관계를 직접적으로 다룬 연구는 거의 없는 실정이므로 어머니의 소비자능력이 자녀의 소비행동에 미치는 영향을 언급하면서 이 변수의 중요성을 시사하고자 한다.

송은경(1997)의 연구에서는 청소년소비자의 과시소비성향은 부모의 교육태도에 따라 그 정도가 낮아질 수 있는 것으로 나타나 청소년소비자에 대한 가정 내에서의 부모의 역할이 중요하다고 하였다. 또한 Ward, Wackman 과 Wartella(1977)는 부모는 그들의 자녀로 하여금 자신들의 행동을 관찰하고 모방

하도록 하며, 소비에서 자녀와 상호작용을 하고 소비의 기회를 부여함으로써 소비자사회화에 영향을 준다고 하였다.

양희(1992)의 연구에서는 청소년이 지각한 어머니의 소비자기능 수준이 높은 집단이 소비생활문제 수준이 낮게 나타났으며 김영옥(1987)의 연구에서는 아동이 지각한 어머니의 소비자기능이 높을수록 아동의 소비자기능 수준이 높았다. 또한 Parson 등(1953)의 연구에서는 청소년은 부모로부터 소비의 합리적 측면을 학습한다고 하였으므로 이는 청소년소비자의 소비습관에 부모가 많은 영향을 주므로 부모는 소비자기능 수준이 높아야 할 뿐 아니라 모범적인 소비자행동을 보여야 한다고 하였다. 따라서 부모 특히 어머니의 소비자능력은 청소년소비자의 합리적인 소비자행동을 가져오며 결국 과시소비를 감소시킬 것이라고 볼 수 있다.

3) 어머니의 물질주의성향 및 과시소비변수

물질주의성향과 과시소비와의 관계에 대해 성인소비자를 대상으로 연구한 백경미(1995), 김태은(1997)은 물질주의성향이 높을수록 과시소비성향도 높다는 결과를 밝히며 이는 물질주의 수준이 높아지면 물질의 소유가 개인의 삶에서 중심을 차지하고 소비의 목적이 사용이나 필요에 의한 것이 아니라 물질을 통해 자신의 신분을 과시하려는 과시소비를 유도하기 때문이라 하였다. 또한 청소년소비자를 대상으로 한 연구를 보면 송은경(1997)은 인간이 재화의 소유나 소비를 통해 행복을 추구하고 하기 때문에 사회적으로 볼 때 필요 이상의 지나친 소비를 낳고 이는 자원의 낭용으로 인하여 결국 자신의 신분을 과시하려는 과시소비를 유도한다고 하였으며 서정희·석봉화(1998)의 연구에서도 물질주의 가치가 높은 청소년소비자일수록 과시소비성향이 높아지는 것으로 나타나 백경미(1995)의 연구결과와 일치함을 보였다. 이러한 기존의 연구들을 관련지어 볼 때 결국 어머니의 물질주의성향은 과시소비를 유발하게 되고 이로 인해 청소년소비자들의 과시소비에도 영향을 줄 것이라 생각된다.

어머니의 과시소비와 청소년 자녀들의 과시소비의

관계를 보면 유재경(1998)은 가정에서 어머니들이 사치품, 외제품을 무분별하게 사용하는 과시소비는 자녀의 바람직한 태도형성에 방해요소로 작용한다고 하였다. 이는 결국 청소년소비자들의 가정 내에서의 소비생활의 모델링의 대상이 되는 어머니의 무분별한 과시소비는 청소년소비자들의 과시소비에도 정적인 영향을 줄 것이라 생각된다.

III. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

선행연구를 기초로 연구문제를 제시하면 다음과 같다.

〈연구문제 1〉 어머니와 청소년소비자의 과시소비 수준은 어느 정도인가?

〈연구문제 2〉 청소년소비자의 과시소비는 사회인구학적변수, 어머니의 소비자능력(소비자지식, 소비자태도, 소비자기능), 어머니의 물질주의성향, 어머니의 과시소비에 따라 차이가 있는가?

〈연구문제 3〉 청소년소비자의 과시소비에 영향을 미치는 변수는 무엇이며, 상대적인 영향력은 어떠한가?

2. 측정도구의 구성

1) 과시소비

본 연구에서는 이미용(1991), 유명의(1993), 백경미(1995)의 척도를 기초로 어머니의 과시소비 문항을 작성하였으며 이들 선행연구와 청소년의 과시소비를 다룬 김문희(1996), 송은경(1997)의 연구를 기초로 청소년 소비자의 과시소비 척도를 구성하였다. 이 척도는 이승신 등(1998)의 과시소비 척도와 동일하게 하였다. 어머니의 과시소비와 청소년소비자의 과시소비에 관한 각각 10문항씩을 5점리커트 척도로 구성하였다.

2) 어머니의 소비자능력

소비자 능력을 구성하는 요인 중 소비자의 인지적 영역인 소비자 지식, 정의적 영역인 소비자 태도, 실천적 영역인 소비자 기능의 총체가 결국 소비자 능력을 의미하는 것이며, 따라서 어머니들의 소비자 지식, 소비자태도, 소비자기능 등의 소비자 능력 정도를 알아보기 위해 선행연구(이기춘, 1985; 정진화, 1985; 김영신, 1991; 류미현, 1997)를 기초로 하였다. 소비자지식은 총 5문항으로 "맞다" "틀리다" "잘 모르겠다"로 하여 작성하였으며 소비자태도와 소비자기능은 5점 리커트 척도를 이용하여 각각 5문항씩으로 하였다. 소비자능력을 파악하는 문항은 총 15문항으로 하였다.

3) 어머니의 물질주의성향

어머니의 물질주의성향 척도는 송인숙(1993), 백경미(1995)의 연구를 기초로 총 5문항을 5점 리커트 척도로 구성하여 총 5점에서 25점의 범위를 가지며 점수가 높을수록 물질주의성향이 높은 것을 의미한다.

4) 사회인구학적변수

사회인구학적변수는 청소년소비자의 성별, 학교급, 용돈, 어머니연령, 어머니학력, 어머니직업유무, 가계소득 등으로 구성하였다. 청소년소비자의 용돈은 월평균 용돈액을 뜻하며, 가계소득은 가족원 모두의 총소득을 의미한다.

3. 척도의 신뢰도 및 타당도

본 연구의 척도의 내용 타당도를 검증하기 위해 소비자학을 전공한 교수 3인으로 부터 검증을 받았다.

또한 척도의 신뢰도는 크론바하(Cronbach)의 알파 계수에 의해 내적일관성을 검토하였다(표 1). 그 결과 어머니의 소비자지식을 제외하고는 0.6 이상으로 비교적 높은 수준을 보이고 있었다.

〈표 1〉 신뢰도

번 수	항 목 수	Cronbach's α
청소년소비자의 과시소비	10	.77
어머니의 과시소비	10	.86
어머니의 소비자지식	5	.53
어머니의 소비자태도	5	.79
어머니의 소비자기능	5	.68
어머니의 물질주의 성향	5	.77

4. 자료수집

본 연구의 조사대상은 서울시에 거주하는 청소년소비자와 그의 어머니로서 남녀 중·고등학생과 어머니로 하였으며, 경제적 상황을 고려하여 생활수준이 편중되지 않도록 학교를 강북, 강남으로 나누었고 다시 강북, 강남을 상·중·하로 구분하여 표본을 추출하였다.

1997년 11월 11일부터 11월 20일까지 청소년소비자와 그의 어머니 80표본을 대상으로 예비조사를 실시하였으며 이를 기초로 질문지를 수정·보완한 후 700부를 1997년 12월 5일부터 12월 18일까지 배부하였다. 그 결과 총 632부(90%)가 회수되었으며 부실기재된 것과 기재내용이 신뢰할 수 없는 것을 제외하고 총 597부(85%)를 분석대상으로 하였다.

5. 자료분석방법

본 연구의 분석은 빈도분포, 백분율, 평균, 표준편차, 일원분산분석, 1검증, 상관관계, 회귀분석 등을 실시하였으며 SPSS PC+ Program 을 이용하였다.

6. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성으로는 크게 사회인구학적 특성과 소비자특성이 있다. 먼저 사회인구학적 특성을 알아보기 위하여 성별, 학교급, 용돈, 어머니연령, 어머니학력, 어머니직업유무, 가계소득 등을 알아보았다(표 2).

먼저 성별에서는 남학생이 59.8%, 여학생이 40.2%로 남학생이 더 많았으며, 학교급을 볼 때는 주로 중학교인 경우가 56.9%로 고등학교(43.1%)에 비해 약간 많았으며, 용돈은 평균 30,699원으로 나타났다. 어머니 연령은 중고생 자녀를 가진 어머니들이므로

40-49세가 76.1%로 가장 많았다. 어머니 학력은 평균 12년으로 고졸 정도였으며 가계소득은 평균 269만원 정도로 나타났다.

소비자특성으로는 어머니의 소비자지식, 소비자태도, 소비자기능, 어머니의 물질주의 성향을 보았다 <표 3>.

어머니의 소비자지식은 평균 4.11(5점 만점), 소비자태도는 평균 20.68(25점 만점), 소비자기능 19.10(25점 만점)으로 모두 상당히 높은 수준을 보이고 있어 전반적으로 어머니들의 소비자능력이 높음을 볼 수 있었다.

어머니의 물질주의성향은 평균 14.54(25점 만점)로 중간정도의 수준을 보이고 있다.

<표 2> 조사대상자의 사회인구학적 특성

N(%)=597(100)		
변 수	집 단	빈 도 (%)
성 별	남학생	356 (59.8)
	여학생	239 (40.2)
	계	595 (100)*
학교급	중학교	338 (56.9)
	고등학교	257 (43.1)
	계	595 (100)*
용 돈	12000원 이하	84 (16.0)
	12001-49999원	351 (66.7)
	50000원 이상	91 (17.3)
	계	526 (100)*
	평 균	30,699.6(원)
어머니연령	39세 이하	127(22.2)
	40 - 49세	432(76.1)
	50세 이상	14(1.7)
	계	573(100)*
	평 균	41.9(세)
어머니학력	중졸이하	110 (19.4)
	고졸	300 (53.0)
	대졸이상	156 (27.6)
	계	566 (100)*
	평 균	12.3(년)
어머니 직업유무	전업주부	344(59.6)
	취업주부	233(40.4)
	계	577(100)*
가계소득	130만원이하	49 (9.7)
	131 - 399	371 (73.6)
	400만원 이상	84 (16.7)
	계	504 (100)*
	평 균	269.0(만원)

* 결측치는 제외

<표 3> 조사대상자의 소비자특성

N(%)=597(100)		
변 수	집 단	빈 도 (%)
어머니의 소비자지식	3점 이하	146(24.7)
	4점	175(29.6)
	5점 이상	270(45.7)
	계	591(100)*
	평 균	4.11
어머니의 소비자태도	17점 이하	102(7.3)
	18-23점	358(60.5)
	24점 이상	131(22.2)
	계	591(100)*
	평 균	20.68
어머니의 소비자기능	15점 이하	89(14.9)
	16-22점	413(69.2)
	23점 이상	95(15.8)
	계	597(100)
	평 균	19.10
어머니의 물질주의 성향	11점 이하	131(22.2)
	12-18점	364(61.6)
	19점 이상	96(16.2)
	계	591(100)*
	평 균	14.54

* 결측치는 제외

IV. 결과 및 해석

1. 어머니와 청소년소비자의 과시소비수준

어머니의 과시소비수준의 분포는 하집단이 49.9%로 가장 많고 그 다음으로는 중집단이 45.4%, 상집단이 4.7%로 나타났다(표 4).

〈표 4〉 어머니의 과시소비수준

N=593*

	집 단	빈 도 (%)
어머니의 과시소비수준 ^{a)}	하 (10 - 20 이하)	296 (49.9)
	중 (21 - 39점)	269 (45.4)
	상 (40점 이상)	28 (4.7)

a) 범위 : 총 10문항으로 10점부터 50점

* 결측치는 제외

청소년소비자의 과시소비수준의 분포를 보면(표 5) 중집단(63.7%)이 가장 많이 편중되어 있고 그 다음으로는 하집단(28.7%), 상집단(7.6%)의 순으로 나타나 전체적으로 볼 때 청소년소비자의 과시소비수준은 보편적으로 중정도의 수준을 나타내고 있다.

〈표 5〉 청소년소비자의 과시소비수준

N=595*

	집 단	빈 도 (%)
청소년소비자의 과시소비수준 ^{a)}	하 (10 - 20 이하)	171 (28.7)
	중 (21 - 39점)	379 (63.7)
	상 (40점 이상)	45 (7.6)

a) 범위 : 총 10문항으로 10점부터 50점

* 결측치는 제외

2. 사회인구학적변수, 어머니의 소비자능력, 물질주의성향, 과시소비에 따른 청소년소비자의 과시소비의 차이

사회인구학적 변수와 어머니의 소비자능력(소비자지식, 소비자태도, 소비자기능), 어머니의 물질주의성향, 어머니의 과시소비에 따른 청소년소비자의 과

시소비의 차이를 보기 위해 일원분산분석과 DMR검증을 하였으며, 성별, 학교급, 어머니 직업유무에 따른 차이는 t-검증을 실시하였다.

〈표 6〉에 의하면 청소년 소비자의 과시소비에서 유의한 차이를 나타내는 변수로는 성별($P<.05$), 어머니의 직업유무($P<.05$), 가계소득($P<.05$), 어머니의 소비자태도($P<.001$), 어머니의 소비자기능($P<.001$), 어머니의 물질주의성향($P<.05$), 어머니의 과시소비($P<.001$) 등의 변수로 나타났다.

청소년소비자의 경우 남학생이 여학생보다 과시소비를 더 많이 하는 것으로 나타나 김문희(1995)와 서정희·석봉화(1998)의 연구결과와 일치하는 것으로 나타났다. 앞으로 계속적으로 남성소비자의 역할이 중요시되고 폭 넓어지는 반면 과시소비의 경향이 더 크므로 남학생 대상의 소비자교육 기회 확대의 필요성이 요구된다.

어머니의 직업유무에 따라서는 어머니가 전업주부보다는 취업주부일 경우의 청소년 소비자가 과시소비를 더 많이 하고 있는 것으로 나타나 김시월(1996)의 연구와 일치한다. 이 결과는 어머니가 취업을 하고 있을 경우 시간적 여유가 없기 때문에 이에 대해 물질적으로 대신하려는 보상심리가 있으며 또한 청소년자녀의 소비생활 지도의 기회가 적어지기 때문일 것이다.

가계소득이 중간집단(131-399만원)인 경우가 고소득층이나 낮은 집단보다 과시소비가 더 높게 나타났는데 이는 고소득층 가정의 청소년소비자의 소비를 모방하여 자신의 위치를 주위에 인식시키고자 하기 때문이다.

어머니가 올바른 소비자태도를 갖을수록, 소비자기능이 높을수록 청소년소비자의 과시소비는 낮아지고 있음을 볼 수 있다. 실제적으로 어머니의 소비생활 전반에 대한 올바른 태도와 실천은 자녀들에게도 실제적인 소비자교육으로 전달되기 때문이라 생각된다.

어머니의 물질주의성향이 높을수록, 어머니가 과시소비를 많이 할수록 자녀들의 과시소비 정도는 높아짐을 볼 수 있다. 이는 현대 가정의 역할 중 소비의 기능이 강조되고 있기 때문에 가정 내에서의 소

〈표 6〉 사회인구학적변수, 어머니의 소비자능력, 물질주의성향, 과시소비에 따른 청소년소비자의 과시소비의 차이

변 수		집 단	평 균	D	F 값
사 회 인 구 학 적 변 수	성별a)	남학생 여학생	25.07 23.99		2.04*
	학교급a)	중학교 고등학교	25.06 24.49		.88
	용돈	12000원 이하 12001-49999원 50000만원 이상	23.55 24.63 25.14		1.70
	어머니 연령	39세 이하 40-49세 50세 이상	25.06 24.60 23.58		.80
	어머니 학력	중졸 이하 고 졸 대졸 이상	25.20 24.21 24.89		1.23
	어머니 직업유무a)	전업주부 취업주부	23.94 25.14		2.20*
	가계소득	130만원 이하 131-399 만원 400만원 이상	24.92 25.10 23.49	AB B A	3.85*
어머니의 소비자지식		하(3점 이하) 중(4 점) 상(5점 이상)	24.01 24.79 24.86		.90
어머니의 소비자태도		하(17점 이하) 중(18-23점) 상(24점 이상)	26.74 24.28 23.99	B A A	6.89***
어머니의 소비자기능		하(15점 이하) 중(16-22점) 상(23점 이상)	26.06 24.77 22.66	B B A	6.94***
어머니의 물질주의성향		하(11점 이하) 중(12-18점) 상(19점 이상)	23.54 24.80 25.40	A AB B	2.79*
어머니의 과시소비		하(20점 이하) 중(21-39점) 상(40점 이상)	23.57 26.90 26.92	A B B	18.77***

a) t-test한 것임

* P < .05 *** P < .001

비의 주 담당자인 어머니의 역할이 중요시되고 있으며 이러한 어머니의 물질주의 성향이나 과시소비는 자녀들이 모방하여 자녀들의 소비생활에도 영향을 주고 있음을 볼 수 있다.

3. 사회인구학적변수, 어머니의 소비자능력, 물질주의성향, 과시소비가 청소년소비자의 과시소비에 미치는 영향력

사회인구학적변수, 어머니의 소비자능력, 물질주의 성향, 과시소비가 청소년소비자의 과시소비에 미치는 영향력을 알아보기 위해 중회귀분석을 하였으며, 중회귀분석을 실시하기 전에 독립 변수들 간의 상관관계를 본 결과 다른 변수와 상관관계가 0.6 이상인 높은 상관관계¹⁾를 보인 어머니연령, 소비자지식만을 제외한 나머지 변수는 모두 분석에 사용하였다. 독립변수 중 성별(남자를 기준으로), 학교급(중학교를 기준으로), 어머니직업유무(전업주부를 기준으로), 가계소득(하집단을 기준으로)은 가변수화하였으며 용돈은 청소년의 월평균 용돈액을, 가계소득은 가족원 모두의 총소득을 의미한다<표 7>.

청소년소비자의 과시소비에 대한 독립변수들의 영향력을 본 결과 어머니의 과시소비($\beta = .25$)가 가장 큰 영향을 나타내는 것으로 나타났으며 그 다음으로 어머니의 소비자태도($\beta = -.22$), 어머니학력($\beta = -.21$), 취업주부($\beta = .12$) 순으로 나타났다. 즉 어머니가 과시소비를 많이 할수록, 어머니가 올바른 소비자태도를 갖고 있지 못할수록, 어머니의 학력이 낮을수록, 어머니가 취업주부일 경우 청소년소비자의 과시소비가 높게 나타났다.

어머니의 과시소비는 청소년소비자의 과시소비에 가장 큰 영향을 미치는 변수임을 볼 때 어머니들의 불필요한 체면의식 등을 탈피하여 효용을 중시하는 올바른 소비문화 형성을 통해 건전한 소비생활이 전개된다면 이는 자녀들의 건전한 소비유형 창조로 소비생활에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

<표 7> 사회인구학적변수, 어머니의 소비자능력, 물질주의 성향, 과시소비가 청소년소비자의 과시소비에 미치는 영향력

독립변수	과시소비	
	B	β
성 별(남학생을 기준으로) ^{a)}	-.50	-.05
학교급(중학교를 기준으로) ^{a)}	-.12	-.01
용 돈	.00	.05
어머니 학력	-.07	-.21***
어머니직업유무(전업주부를 기준으로) ^{a)}	.45	.12*
가계소득 중집단(하집단을 기준으로) ^{a)}	-.16	-.01
가계소득 상집단(하집단을 기준으로) ^{a)}	-1.49	-.11
어머니의 소비자태도	-.35	-.22***
어머니의 소비자기능	-.07	-.05
어머니의 물질주의성향	.09	.07
어머니의 과시소비	.18	.25***
상 수	30.04	
R ²	.13	
Adjusted R ²	.12	

a) 가변수 처리한 것임

*P < .05 ***P < .001

어머니의 소비자태도 즉, 어머니들의 평소 소비생활에 대한 건전한 사고방식은 가정내에서 자녀들이 모방하거나 소비자교육을 통해 전달되므로 청소년소비자의 불필요한 과시소비를 억제하기 위해서는 어머니의 올바른 소비자태도 형성을 위해 소비자교육을 쉽고 편리하게 받을 수 있도록 TV나 라디오의 공익광고 등의 이용이 필요하며, 또한 소비자보호단체 등의 지역사회내의 활발한 사회소비자 교육도 필요하리라 본다.

또한 어머니의 학력이 높을수록 청소년소비자가 과시소비를 적게 하는 것으로 나타나 송은경(1997)의 연구결과와는 상반되게 나타났으며 어머니의 직업유무에 따라서는 전업주부보다는 취업주부의 청소년 자녀가 과시소비를 많이 하는 것으로 나타났다.

1) 어머니연령은 어머니학력과 .72의 상관관계를 보였으며 소비자지식은 소비자태도와 .60, 소비자기능과 .62의 상관관계를 나타내었다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 서울시에 거주하는 청소년소비자와 어머니를 대상으로 하여 각각의 과시소비정도를 알아보고 사회인구학적변수, 어머니의 소비자능력(소비자 지식, 소비자태도, 소비자기능), 어머니의 물질주의 성향, 어머니의 과시소비가 청소년소비자의 과시소비에 미치는 영향을 알아보았으며 그 결과를 기초로 결론을 내리고 제언을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 어머니와 청소년소비자의 과시소비수준은 전체적으로 볼 때 중간정도의 수준을 보이고 있으므로 앞으로 과시소비 수준을 더욱 낮추기 위해서는 어머니와 청소년소비자 각각을 대상으로한 건전하고 합리적인 소비행태에 관한 소비자교육을 강화시켜야 한다.

둘째, 청소년소비자의 경우 남학생이 여학생보다 과시소비를 더 많이 하고 있었으며 이는 사실 그 동안 남학생의 경우는 여학생에 비해 학교교육에 있어서도 충분한 소비자교육의 기회가 주어지지 못하였기 때문이다. 앞으로 소비에 있어서도 역할의 공유가 많이 대두되어 남성소비자의 역할은 더욱 중요해질 것이므로 남학생의 경우 소비자교육의 기회 확대가 필요하리라 본다.

셋째, 어머니의 소비자태도, 소비자기능이 높을수록 청소년소비자의 과시소비는 낮아지고 있다. 결국 어머니의 실제 소비생활에서의 건전하고 합리적인 소비자태도와 소비자기능 등의 향상은 결국 청소년소비자의 과시소비를 감소시키므로 어머니를 대상으로 한 소비생활 전반 즉, 소비에 대한 가치관, 금전관리, 가계관리, 제품구매·사용에 대한 올바른 태도와 행동을 할 수 있는 실제적인 소비자교육이 필요하리라 본다.

넷째, 어머니의 과시소비수준이 높을수록 청소년소비자의 과시소비수준도 높은 것으로 나타났다. 따라서 어머니들이 무조건적인 고가 외제품이나 유명상품 등을 사용함으로써 소비의 실질적인 효용보다는 과시적인 측면을 중요시한다면 이는 그들의 자녀인 청소년소비자들에게 그대로 학습, 모방되어질 것이다. 따라서 어머니들은 청소년자녀들에게 모범이

될 수 있도록 소비에 대한 올바른 가치관을 갖고 무분별한 소비행태나 지나친 물질주의로 인한 과시소비를 감소시킬 수 있도록 해야 하며 또한 사회, 정부차원에서도 모든 국민들의 건전한 소비문화유형 형성을 위한 홍보, 계몽이 이루어져야 한다.

본 연구의 제한점과 후속연구를 위한 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 청소년의 과시소비 수준을 파악하기 위해 본 연구에서 사용한 척도는 성인을 대상으로 한 척도를 청소년소비자의 상황에 맞게 수정한 것이므로 청소년소비자의 과시소비를 더욱 정확히 파악할 수 있는 객관적이고 신뢰도가 높은 척도 개발이 요구된다.

둘째, 청소년소비자의 과시소비에 어머니가 큰 영향을 줄 것이라 생각되어 어머니와 관련된 몇몇 변수에 국한되어 연구가 이루어졌으므로 청소년소비자의 과시소비에 대한 설명력이 다소 낮은 결과를 보였다. 따라서 후속연구에서는 좀더 정교하고 정확한 독립변수의 개발이 요구된다.

【참 고 문 헌】

- 김문희(1996). 청소년소비자의 과시소비에 관한 연구. 목포대 석사논문.
- 김시월(1996). 초기 청소년소비자의 과시소비성향. 오늘의 청소년, 6-19.
- 김영신(1985). 소비자사회화에 관한 이론 및 경험적 분석. 충남과학연구지 12(2).
- 김영신(1991). 소비자문제의 유형별 경험에 관한 연구. 서울대 박사논문.
- 김영옥(1987). 아동소비자기능 및 관련요인에 관한 연구. 서울대 석사논문.
- 김태은(1997). 주부의 과시소비성향과 영향요인에 관한 연구. 숙대 석사논문.
- 류미현(1997). 소비자문제 및 불만족에 따른 대응행동. 건국대 박사논문.
- 문숙재(1996). 청소년의 소비문화와 금전관리지도. 오늘의 청소년.
- 박은아(1994). 자기존중감, 사회적인정욕구, 돈에 대한 태도에 따른 현시적 소비, 고려대 석사논문.

- 문.
- 백경미(1995). 도시주부의 과시소비성향과 영향요인. 서울대 박사논문.
- 백경미(1998). 현대소비문화와 한국소비문화에 관한 고찰. *소비자학연구* 9(1).
- 서정희·석봉화(1998). 청소년소비자의 물질주의 가치와 소비지향적 태도가 과시비성향에 미치는 영향. *대한가정학회지* 36(3).
- 송은경(1997). 청소년소비자의 물질주의 및 과시소비성향과 관련요인 -인천광역시를 중심으로-. 인 하대 석사논문.
- 송인숙(1993). 소비자의 구매중독성향 및 영향요인. 서울대 박사논문.
- 안길상(1991). 과소비의 소비자학적 고찰. 한국소비자학회 월례회발표논문.
- 양 희(1992). 청소년 소비생활문제에 관한 연구. 서울대 석사논문.
- 유명희(1993). 의복의 과시적 소비현상과 사회계층과의 관계연구. 전남대 박사논문.
- 유재경(1998). 청소년소비자의 용돈사용행동에 관한 연구 -용돈관리행동과 항목별 용돈지출액을 중심으로-. 건국대 석사논문.
- 이기춘(1988). 소비자교육학. 서울: 교문사.
- 이기춘(1985). 소비자능력개발을 위한 소비자교육에 관한 연구 -청소년소비자를 중심으로-. 서울대 박사논문
- 이미용(1991). 과시소비영향요인 분석. 숙명여대 석사논문.
- 이승신·류미현·정승은(1998). 청소년소비자의 소비자능력이 과시소비에 미치는 영향. *한국가정관리학회지* 16(2).
- 이재은(1980). 어머니와 자녀와의 소비자행동에 관한 연구. 이대 석사논문.
- 정 준(1997). 소비사회의 실상과 바람직한 소비문화의 모색. 한국소비자보호원.
- 정진화(1985). 청소년의 소비자지식과 소비자행동에 관한 기초연구. 서울대 석사논문.
- 편세린(1997). 청소년의 소비지향적 태도와 과시소비성향에 관한 연구. 서울대 석사논문.
- 황정선(1990). 소비자 구매행동 유형별 소비행태에 관한 연구, *소비생활연구* 5.
- Mammen, S. & Whan, H. M.(1987). Family conspicuous consumption and its determinants. *Proceedings of American Council on Consumer Interests*, 318.
- Manson, R. S.(1981). Conspicuous consumption : A study of exceptional consumer behavior. New York :The Free Press.
- Moschis, G. P., Moor, R. L. & Smith, R. B. (1983). The impact of family communication on adolescent consumer socialization. *Advances in Consumer Research*. 11, 314-319.
- Veblen, T.(1934). *The Theory of the the leisure class*. New York :Modern Library Inc.
- Ward, S.(1974). Consumer Socialization. *Journal of Consumer Research* 1.
- Ward, S., Wackman, D. & Wartella, E.(1977). How children learn to buy; The development of consumer information-processing skills. Beverly Hills , CA:Sage Publications.