

# 대학생의 쇼핑가치에 따른 신용카드인식 및 신용카드관리행동에 관한 연구

A Study for the Perception and Management Behaviors on Credit Cards According to  
the Shopping Value Types of College Students

상명대학교 소비자주거학과  
강 사 서인주\*

Dept. of Consumer & housing studies, Sang Myung Univ.

Lecture: Seo, In-Joo

## 〈목 차〉

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

## 〈Abstract〉

The first purpose of this study was to reveal the types of shopping value of college students. The second purpose was to examine the change in the perception and management behaviors related to credit cards according to the types of shopping value. The third purpose was to examine the effects of shopping value on perception and management behaviors on credit cards. The data were collected from 392 college students in Seoul by a self-administered questionnaire. Analyses including frequency, mean, factor analysis, Cronbach's alpha, Pearson's correlation analysis, Crosstabulation analysis, analysis of variance, K-means Cluster analysis and Multiple linear regression were conducted using SPSS WIN12.0.

The major findings were as follows. First, college students can be categorized into 3 types of shopping values by K-means Cluster analysis of 14 items. The groups were entitled the hedonistic shopping value, the utilitarian shopping value, and the saving shopping value. Second, positive perception and management behaviors related to credit cards were different depending on the types of shopping value. The hedonistic

\* 주저자, 교신저자: 서인주 (injoo-67@hanmail.net)

shopping value group had a higher level of positive perception of credit cards and a lower level of credit card management, compared with the other groups. The saving shopping value group had higher levels of both positive perception and management of credit cards. Among the three groups, the utilitarian shopping group had the lowest level of positive perception of credit cards, despite having a higher level of credit card management. Lastly, the most effective variance on credit card management was the utilitarian shopping value. These results suggest that a healthy shopping value is very important for having a healthy perception and management of credit cards, because shopping value is a critical variance to affect perception and management of credit cards.

**Key Words :** 신용카드 인식(perception on credit cards), 신용카드관리행동(credit card management behaviors), 쇼핑가치(shopping Value)

## I. 서론

신용카드에 대한 관심은 2003년 신용카드 대란이 발생하면서 본격화되었다. 탈세방지과 국민경제의 투명성 확보를 위한 정부의 신용카드사용 장려정책과 신용카드사의 고객유치라는 미명아래 초기 신용카드 도입 의도와는 달리 신용에 대한 정확한 확인 절차 없이 무분별하게 신용카드를 발급하였다. 이로인해 신용카드 사용은 급속히 증가하였으나 지나친 양적 팽창으로 인한 부작용이 나타나기 시작하였다(임혜균·최현자, 2007). 최근 신용카드 고유의 기능인 지불수단이 아닌 자금 유용수단으로 현금 서비스, 카드 돌려막기 등 변칙적인 수단으로 악용하는 사례가 늘어나고 있으며 그 결과 가계신용 증가, 주택담보대출 급증(아이뉴스 24, 2008.11.10), 신용불량자 양산 등이 사회문제로 대두되었다. 우리나라 전체 신용카드 발급 장수는 2008년 3월 말 9천67만장으로 9천만 장을 넘어선 상태이다(매일경제, 2008.6.23). 월별 사용액도 매년 계속해서 증가하는 추세(한국경제신문 2007.3.6)로 2008년 137조 6천억원에 달하는 것으로 나타났으며(매일경제신문 2008.9.10), 신용카드사용 비중도 점점 높아지고 있어

총 민간소비액 대비 신용카드 사용액은 2004년 41.6%에서 2006년 47.3%, 2007년 49.5%, 2008년 53.6%로 점차 높아지고 있다(한국일보, 2007.4.10; 매일경제신문, 2008.9.10). 이러한 수치는 신용카드가 우리의 소비생활과 더욱 밀접해 지고 있음을 의미하며 최근 경기침체로 현금 서비스 및 신용카드 사용액 연체 등이 우려되고 있는 상황에서 합리적인 신용카드관리 행동이 더욱 요구되고 있다. 특히 대학생들은 나이가 들면서 단순 구매뿐만 아니라 주택담보대출, 예금계좌 개설 등 다양한 수요를 창출해 줄 수 있는 미래의 고객들이고 해마다 신입생이 카드시장에 계속 공급되기 때문에 시장포화 상태가 될 가능성이 아주 낮다는 점(로버트 매닝, 2002)은 신용카드사의 신용카드발급의 타겟이 될 수 있다. 미국의 경우 대학생의 70%~80%가 1개 이상의 카드를 가지고 있었으며 평균 3장을 가지고 있는 것으로 나타났고(Punch, 1991; Armstrong & Craven, 1993; Xiao, Noring & Anderson, 1995; Jover & Allen 1996; Hayhoe & Leach, 1997), 우리나라의 경우에도 신용카드 도입초기에는 45-54세가 주 사용층이었으나 1990년대 이후에는 20, 30대의 젊은층이 신용카드의 주 사용자로 나타났다(김혜선·김숙향, 2005).

이렇듯 소비생활과 밀접한 신용카드는 동전의 양면과 같이 장점과 단점이 공존한다. 즉 혜택적 측면과 위험적 측면을 동시에 가지고 있으므로 사람마다 인식의 차이가 존재할 수 있다. 우리나라 경제활동의 주체가 될 대학생들이 신용카드에 대하여 어떤 인식이 가지고 있는지는 사회적으로 중요한 의미를 지닌다. 또한 현재는 물론 미래 신용카드의 주 고객이라고 할 수 있는 젊은 층의 특성인 적극적 참여, 열정과 힘(제일기획, 2003) 등은 소비생활에 영향을 미쳐 쇼핑가치의 변화로 이어질 것으로 보인다. 이는 기존세대와는 다른 쇼핑가치를 형성 할 것이며 이러한 쇼핑가치는 여러소비활동에 영향을 미치게 된다. 쇼핑가치에 대한 기존의 연구에서는 소비나, 구매 또는 구매만족 등을 설명하는 변수로 주로 사용되었으나 본 연구에서는 신용카드인식이나 신용카드관리행동과의 관계를 분석함으로써 기존 연구와 차별화를 시도하였다. 따라서 본 연구에서는 대학생의 쇼핑가치를 중심으로하여 신용카드인식 및 신용카드관리행동을 설명하고자 하였으며 이러한 연구결과는 신용카드확산과 더불어 발생하는 여러 가지 신용카드문제 해결과 신용사회 정착에 도움이 될 것으로 사료된다.

## II. 이론적 배경

### 1. 신용카드 인식 및 신용카드 관리행동

#### 1) 신용카드 인식

신용카드가 제공하는 소비자 신용은 동일한 가격으로 자원의 사용 시기를 앞당겨주는 기회로서, 이용가능한 총자산이 증가하는 것은 아니지만, 개인의 재정 부담 정도를 감소시켜 금전관리에 융통성을 제공할 수 있다(Deacon & Firebaugh, 1988). 따라서 신용카드를 사용하면, 수표나 현금보다 편리하며, 무이자로 장·단기

외상구매가 가능하고, 가처분 소득에 대한 강제저축의 효과, 포인트나 할인으로 인한 이익 등의 혜택을 받을 수 있다. 특히 최근에는 인터넷이 보편화 되면서 전자상거래의 지불수단으로 유용하며 각종 교통카드, 할인카드 등 부가서비스가 경쟁적으로 제공됨으로서 신용카드로 인한 혜택이 증가하고 있다(박명희, 2002). 반면에 신용에 의한 구매는 현금에 의한 직접구매가 아니기 때문에 자칫 충동구매나 과소비로 이어질 수 있으며, 잘못된 신용소비로 인한 채무변제의 심리적 부담으로 안정적 생활을 위협받는 경우도 있을 수 있다(이기춘, 1980). 또한 신용카드의 고유 기능인 지불수단이 아닌 자금유용수단으로 현금서비스, 카드 돌려막기 등 변칙적인 수단으로 악용하면서 그로 인한 폐단도 우려된다. 신용카드의 양적 증가와 더불어 신용불량자도 증가하였으며, 도난이나 부정사용으로 인한 소비자피해도 증가하여 신용카드에 대한 부정적 측면이 끊임없이 강조되고 있다. 이렇듯 신용카드의 특성상 사용상의 장·단점이 공존함으로 신용카드에 대한 인식은 사람마다 조금씩 차이가 있을 수 있다. 신용카드 인식에 대한 대부분의 연구들(서경의, 1997; Xiao, Noring & Anderson, 1995; Hayhoe, Leach, & Turner, 1999; Hayhoe, Leach, Turner, Bruin & Lawrence, 2000; 김영신, 2005; 김효정, 2005; 김창미·김영신, 2005;)은 신용카드에 대한 인식을 호의적/비호의적으로 나누어 분석하였다. 한편 이재희(1996)는 편리성, 경제적 유익성, 과시성, 합리성으로 분류하였으며 Kaynak, Yucelt, & MacGregor(1986)는 신용카드를 사용하려는 태도, 신용카드를 사용하지 않으려는 태도, 내향적인 태도, 외부지향적인 태도로 구분하기도 하였다. 서인주·두경자(2007)의 연구에서는 신용카드에 대한 태도 요인을 신용카드의 역기능에 대한 인식, 사용행동에 대한 태도, 긍정적 감정요인으로 보았으며 김정훈(2002)의

연구에서는 부정적 인식, 조건적 허용, 예산관리로 보았다. 또한 Xiao와 그의 동료들(1995)과 Hayhoe와 그의 동료들(1999)은 신용카드에 대한 태도를 감정적, 인지적, 행동적 영역으로 나누었으며 각각 4-5개의 문항으로 구성하여 측정하였다. Xiao와 그의 동료들(1995)의 연구결과 대학생들은 대체적으로 신용카드에 대하여 우호적인 태도를 가지고 있었으며 남학생이 여학생보다, 부모님과 공동소유인 카드가 많은 학생이 신용카드에 대해 더 호의적인 태도를 갖는 것으로 나타났다. Joo, Grable, & Bagwell (2003)의 대학생을 대상으로 신용카드 태도를 조사한 결과 인종, 어렸을 때 부모의 신용카드 사용, 신용카드 소유, 학년, 금전에 대한 윤리, 통제 주체 등이 영향력있는 변수로 나타났다. 김영신(2005)의 연구결과 대학생들의 신용카드에 대한 호의적 태도 평균이 3.11로 나타났으며, 부모님과 동거하는 경우, 용돈이 많을수록, 학년이 높을수록 신용카드에 호의적인 것으로 나타났다. 또한 신용카드에 대한 호의적 태도가 높을수록 신용카드사용행동의 합리성은 낮게 나타났다. 김창미 외(2005)의 신용카드 태도가 현금서비스 행동이나 연체행동에 미치는 영향을 분석한 결과 현금서비스행동이나 연체행동에 영향을 미치는 변수는 신용카드 태도보다 신용카드 지식이나 재무관리습관이 영향력있는 변수로 나타났으며 신용카드에 대한 태도는 호의적인 태도가 중간보다 약간 낮게 나타나 평균3.11로 비교적 높게 나타난 김영신(2005)의 논문과 차이가 있었다.

## 2) 신용카드관리행동

우리나라의 신용카드관리 행동에 대한 연구는 신용카드가 도입된 이후 꾸준히 이어져왔으며(최동숙, 1985; 박근주, 1990; 김정훈, 1991; 이은희, 1992; 김정훈, 2002), 2003년 신용카드 대란을 계기로 신용카드관리에 대한 중요성이

부각되어 더 많은 관심과 논문들이 발표되었다(김영신, 2005; 김효정, 2005; 김창미·김영신, 2005). 김영신(2005)의 연구에서 대학생의 신용카드 사용합리성에 영향을 미치는 변수들을 인과분석한 결과 재무관리행동 수준의 실행정도가 높을수록, 신용카드에 대한 호의적 태도는 낮을수록 신용카드사용행동의 합리성은 높게 나타났다. 사회인구학적 변수 중에는 남학생이, 학년이 높을수록 신용카드 사용행동이 합리적인 것으로 나타났으며, 용돈은 많을수록 신용카드에 대한 호의적 태도가 높아 재무관리행동 수준이 낮았고, 신용카드사용행동의 합리성도 낮게 나타났다. 부모님과 동거하는 경우 신용카드에 대한 호의적 태도가 높아 신용카드 사용행동의 합리성은 낮게 나타났다. 대학생 소비자의 신용카드관리행동에 관한 김효정(2005)의 연구에서는 용돈이 많으며, 신용카드 교육 경험이 있고, 신용카드를 적게 가지고 있고 신용카드에 대한 태도가 비호의적인 경우 신용카드관리행동을 잘 하는 것으로 나타났으며 이러한 결과들은 서경의(1997), 박근주(1990), 이은희(1992)의 연구결과와 부분적으로 일치하였다. 이은희(1992)의 연구에서 신용카드 관리행동은 소득이나 저축과 같은 경제적인 변수가 중요한 요인임을 밝혔으며 유지희(1992)의 연구에서는 소비자 역할 수행능력이 높은 상위계층의 사람들이 신용카드관리도 잘 하고 있는 것으로 나타났다. 이재희(1996)의 대학생을 대상으로 한 신용카드 인식 및 사용에 관한연구에서 신용카드관리행동에 있어 약관을 잘 읽지 않으며, 연체경험이 있고, 사용빈도가 높은 사람이 과소비성향의 우려가 있음을 제언하였다. 박근주(1990)는 성인을 대상으로 한 신용카드 관리행동에 영향력있는 변수에 대한 연구결과 신용카드 지식이 높을수록, 신용카드에 대한 태도가 긍정적 일수록 신용카드 사용행동의 합리성이 높은 것으로 나타났으며,

그 외 연령이 높을수록, 여자가 더 신용카드 사용행동의 합리성이 높은 것으로 나타났다. 이상의 연구들에서 신용카드 관리행동은 신용카드 발급과 관련하여 약관내용 숙지 및 카드 뒷면 서명, 한도액 확인 등을, 신용카드사용과 관련하여 신용카드 분실 대비 확인, 주 사용카드 지정, 신용공여기간 인지, 신용카드 사용시 금액·가맹점 확인 등을, 신용카드사용후에는 영수증 보관, 청구서 확인, 신용불량자 체크, 연체 주의, 사용하지 않는 카드의 해지 등의 내용을 포함하고 있다. 이에 본 연구에서도 신용카드의 발급단계부터, 결제, 약관, 영수증관리, 부정사용방지 등 필요한 모든 관리행동을 포함하여 신용카드관리행동을 측정하였다. 이에 본 연구에서는 대학생의 신용카드 인식과 신용카드관리행동의 요인구성 및 일반적 경향을 살펴봄과, 쇼핑가치를 주요 독립변수로 하여 신용카드 인식 및 신용카드관리행동의 차이를 밝히고자하였다.

## 2. 쇼핑가치

쇼핑가치는 인간의 가치에 대한 거시적 관점을 쇼핑과 관련시켜 미시적 관점으로 파악하고자하는 것이다. 인간의 가치는 결과를 의식하고 한 행동에서 나타난 실용적 결과와 행동의 과정에서 느끼는 쾌락적 반응과 관련되는 것이며 이러한 두 측면은 인간행동에 대한 보상의 이중성을 의미한다(이학식·김영·정주훈, 1999). 이것을 쇼핑가치에 접목시키면 '무언가를 획득하기 위하여 (to get something)'와 '좋아하기(you love it) 때문에' 행동하는 것으로 대별된다(Triandis, 1977). 따라서 이러한 인간행동의 가치를 쇼핑에 접목시켜보면 쇼핑을 하는 근본적 이유는, 첫째는 목표를 달성하는 것이고 둘째는 즐거움을 누리하고자 하는 욕구충족적인 측면을 갖는다고 볼 수 있다. 이는 소비자에 따라서 또는 경우에 따라서 쇼핑을 자

신이 원하고 필요로하는 것을 사는 일로 생각할 수도 있고 쇼핑을 통해 즐거움과 욕구충족의 기쁨을 누리하고자 할 수도 있음을 의미한다. 일련의 연구들(Belk, 1987; Fischer and Arnold 1990; Sherry 1990a)에 따르면 쇼핑경험이 실제로 실용가치 및 쾌락적 가치를 발생시킬 수 있다고 하였다(이학식·김영·정주훈, 1999, 재인용). 이러한 연구결과는 소비자가 합리적이고 이성적으로 쇼핑을 한다는 기존의 연구관점(Batra, Rajeev & Olli T. Ahtola, 1991)과는 달리 경험적 결과로서 추구되는 감정적 측면의 즐거움이 가치로서 존재함을 의미한다. 즉 실용적 쇼핑가치는 계획적이고 효율적으로 제품을 구매하는 것을 의미하며 쾌락적 쇼핑가치는 구매한 제품에 대한 소유보다는 구매과정 자체의 활동으로부터 나오는 내재적 가치 또는 심리적 혜택에 대한 것이라고 할 수 있다(Faber, Ronald J. & Thoms C. O'Cuinn, 1989). 또한 쾌락적 쇼핑가치의 특성에는 재미, 즐거움, 기분전환, 자유, 환상, 고관여, 새로운 정보수집, 현실에서의 탈피 등이 포함되며(Hirschman & Holbrook, 1982; Babin, Darden & Griffin, 1994; 유창조·김상희, 1994), 직접 구매하지 않는 대리 대리쇼핑도 제품의 이익을 즐김으로써 쾌락적 쇼핑가치를 제공하고 있다(MacInnis and Price, 1987).

쇼핑가치와 관련된 선행연구들을 살펴보면 Sherry(1990)는 정기매장에서의 판매자와 판매에 관한 논문에서 소비자의 실용적 욕구와 쾌락적 욕구 추구와 관련된 용어로 경제적 인간(homo economicus)과 쾌락적 인간(homo ludens)이라는 표현을 사용하였다. Babin과 그의 동료들(1994)은 쇼핑가치를 효율적 가치와 쾌락적 가치로 나눠 개념 정의 및 척도개발을 하였으며, 쇼핑이 주는 가치가 구매목적 달성과는 별개로 지각되는 감정적인 측면이 있음을 밝혔다. 또한 Griffin, Babin and Modianos(2000)는

러시아 소비자의 쾌락적 쇼핑가치와 효용적 쇼핑가치를 연구하였으며, Hirschman & Holbrook (1982)는 크리스마스 쇼핑을 여자의 일로 간주하면서 실용적가치를 피곤함과 같은 쇼핑의 어두운 측면이라고 하였다. 쇼핑가치에 관한 연구는 우리나라에서도 다양하고 꾸준하게 이루어져왔다. 이학식 외(1999)는 쇼핑가치와 쇼핑만족에 대한 연구에서 쇼핑가치를 실용적/쾌락적으로 분류하여 쇼핑만족에 미치는 정적/부적 영향을 살펴보았으며, 서정희 (2004)는 중·고·대학생을 대상으로 쇼핑가치유형과 강박구매에 대한 연구에서 쇼핑가치를 쾌락적 쇼핑가치와 효용적 쇼핑가치의 조합으로 하여 4집단으로 나눈 후 강박구매와의 관계를 살펴보았다. 그 결과 강박구매는 쾌락적 쇼핑가치와 효용적 쇼핑가치 모두 높은 적극 추구형이 가장 높았고, 쾌락적 쇼핑가치 집단, 효용적 쇼핑가치 집단 순으로 나타났다. 인터넷 탐색가치 유형에 관한 연구(박철, 2000; 홍은실, 2002)에서도 인터넷 탐색가치를 저효용/저쾌락, 저효용/고쾌락, 고효용/저쾌락, 고효용/고쾌락으로 분류하여 인터넷 쇼핑의 혜택-위험지각의 차이를 조사한 결과 고효용/고쾌락 가치집단이 혜택지각 수준이 가장 높은 것으로 나타났다. 이러한 선행연구들을 종합해보면, 쇼핑가치중 효용적 가치의 측면을 다룬 초기연구들과는 달리 최근의 연구들은 효용적 가치와 쾌락적 측면을 모두 포함한다는 것을 알 수 있다.

이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 감성과 자극에 민감한 대학생을 대상으로 쇼핑가치의 요인 및 일반적 경향을 알아보고, 이러한 쇼핑가치에 따른 신용카드인식과 신용카드관리행동의 차이를 살펴보려고 한다. 특히 기존의 연구에서는 쇼핑가치를 소비나 구매 또는 구매만족과의 관계만을 살펴보았으나 본 연구에서는 신용카드인식 및 신용카드관리행동과의 관계를 분석함으로써 빈번히 발생하는 신용카

드 문제 해결과 신용사회 정착에 도움이 되고자 한다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구문제

본 연구는 일반변수, 신용카드관련변수, 쇼핑가치를 독립변인으로 하여 대학생의 신용카드인식 및 신용카드관리행동에 영향을 미치는 변수를 알아보려고 하였다. 이러한 연구목적을 달성하기위해 설정한 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제 1. 대학생들의 신용카드 인식 및 신용카드관리 행동의 일반적인 경향은 어떠한가?
  - 1-1 신용카드 인식 및 신용카드관리행동의 일반적인 경향은 어떠한가?
  - 1-2 조사대상자의 특성에 따라 신용카드 인식 및 관리행동에 차이가 있는가?
- 연구문제 2. 대학생들의 쇼핑가치의 일반적 경향은 어떠한가?
  - 2-1 쇼핑가치의 유형은 어떠한가?
  - 2-2 쇼핑가치의 일반적 경향은 어떠한가?
- 연구문제 3. 대학생들의 쇼핑가치에 따라 신용카드인식 및 신용카드관리행동 차이가 있는가?
  - 3-1 쇼핑가치 유형에 따라 신용카드 인식에 차이가 있는가?
  - 3-2 쇼핑가치 유형에 따라 신용카드관리행동에 차이가 있는가?
- 연구문제 4. 대학생들의 신용카드에 대한 인식 및 신용카드관리행동에 영향을 미치는 변수는 어떤 것인가?

〈표 1〉 조사대상자의 일반적 특성 및 신용카드관련 특성

일반적 변수	항목	전체(n=392)		신용카드 관련 변수	항목	전체(n=392)	
		빈도	백분율 (%)			빈도	백분율 (%)
성별	남	119	31.6	신용카드사용 교육 여부	있다	49	12.8
	여	257	68.4		없다	333	87.2
학년	1학년	166	44.3	신용카드사용 여부	사용하고 있다 사용하지 않는다	131	34.3
	2학년	84	22.4				
	3학년	75	20.0				
	4학년	50	13.3				
월평균 용돈 (m=302,139)	10만원미만	24	6.4	월 평균 신용카드 사용액 (m=256,153)	10만원 미만	25	19.2
	10만원~20만원미만	59	15.8		10만원~20만원미만	46	35.4
	20만원~30만원미만	115	30.7		20만원~30만원미만	25	19.2
	30만원~40만원미만	91	24.3		30만원~50만원미만	19	14.6
	40만원~50만원미만	44	11.8		50만원~70만원미만	11	8.5
	50만원이상	41	11.0		70만원~100만원미만	2	1.5
				100만원 이상	2	1.5	
부모님과 동거	같이 산다	300	81.5	신용카드 명의	가족카드	36	27.3
	같이 살지 않는다	68	18.5		본인카드	63	47.7
				타인에게 빌린카드	33	25.0	
주거 지역	강남	60	16.0	카드사용방법	한 카드만 계속 사용 상황에 따라 2개의 카드를 사용 상황에 따라 3개의 카드 사용 상황에 따라 4개이상의 카드 사용	92	69.7
	강북	143	38.0				
	서울외수도권지역	166	44.1				
	그 외 지방	7	1.9				
아르바이트 경험	있다	320	78.0	카드 소지 개수	1장	88	66.7
	없다.	44	10.7		2장	30	22.7
					3장	11	8.3
					4장 이상	3	2.3
가정 경제수준	상 중상 중하 하	23 186 145 20	6.2 49.7 38.8 5.3	신용카드 사용처	의류 및 신발, 가방	42	32.3
					액세서리 및 귀금속	2	1.5
					간식 및 식사	36	27.7
					주류	4	3.1
					여행 및 놀이시설이용	1	.8
					학원비	5	3.8
					서적	1	.8
					통신 및 교통비	33	25.4
병원	1	.8					
이 미용비	0	0					
기타	5	3.8					
재정적 스트레스		2.84(.95)		신용카드 만족도		3.52( .68)	

## 2. 조사대상 및 기간

본 연구의 자료는 서울지역 대학교에 재학 중인 대학생을 대상으로 자기기입식 방법을 통해 수집되었다. 2008년 11월 5일부터 13일까지 약 8일 동안 55명을 대상으로 예비조사를 실시하였으며 예비조사는 각 문항의 타당도와 척도의 신뢰성을 검토하는 목적으로 실시되었다. 본 조사 설문지는 예비조사 결과를 반영하여 일부 문항을 수정, 보완한 후 재구성하였다. 본 조사는 2008년 11월 17일부터 11월 28일까지 420명을 대상으로 하였으며 회수된 설문지 중 부실기재된 것을 제외한 392명의 응답을 최종 분석자료로 사용하였다.

조사대상자의 일반적 특성 및 신용카드 관련 특성은 <표 1>과 같다. 일반적 특성으로 성별은 남학생(31.6%)에 비해 여학생(68.4%)이 많이 표집되었으며, 학년별로는 1학년이 가장 많았으며(44.4%) 나머지 학년은 고루 표집되었다. 월평균 용돈은 20만원에서 30만원미만이 30.7%로 가장 많았으며 10만원미만 6.4% 가장 적게 나타났으며 평균금액은 30만원정도로 나타났다. 주거지역은 주로 서울(54.0%)과 서울외 수도권지역(44.1%)이었다. 대부분 부모님과 동거하고 있으며(81.5%), 아르바이트 경험은 없는 학생이 많았다(78.0%). 가정경제수준은 '중'이 가장 많았으며 재정적 스트레스는 중간보다 약간 높은 정도의 스트레스를 받는 것으로 나타났다(평균=2.84). 신용카드관련 특성으로 신용카드사용에 대한 교육은 안 받은 학생이 대부분(87.2%)이었으며 월평균 신용카드 사용액은 256,153원으로 나타났다. 신용카드 명의는 본인카드(47.7%)가 가장 많았으며 가족카드 27.3%, 타인카드도 25.0%나 있는 것으로 나타났다. 신용카드사용방법으로는 주로 한 카드만 사용하는 학생이 많았다(69.7%). 신용카드 만족도는 3.52로 만족한 편이었으며 가

지고 있는 카드 개수는 1장이 66.7%로 가장 많았다. 신용카드 사용처로는 의류 및 신발, 가방(32.3%)이 가장 많았으며, 간식 및 식사(27.7%), 통신 및 교통비(25.4%)순으로 나타났다.

## 3. 조사도구

본 연구에 사용된 설문지는 선행연구를 참고로 연구자가 직접 작성하였다. 질문지는 대학생의 쇼핑가치, 신용카드에 대한 인식 및 신용카드관리행동, 조사대상자의 일반적 특성 및 신용카드관련 개인적 상황을 파악하기 위한 문항으로 구성하였다.

조사대상자의 일반적 특성으로 성별, 학년, 한달 용돈, 주거지역, 부모님과 동거 여부, 아르바이트 경험, 가정경제수준, 재정적 스트레스 등을 질문하였으며 신용카드와 관련된 개인적 상황으로는 신용카드사용 교육 여부, 신용카드 사용여부, 월 평균 신용카드 사용액, 신용카드 명의, 신용카드사용방법, 신용카드 소지 개수, 신용카드 사용처, 신용카드 만족도를 포함하였다. 쇼핑가치에 대한 질문은 Babin과 그의 동료들(1994)의 연구에 사용한 쾌락적 쇼핑가치 11문항, 실용적 쇼핑가치 4문항과 이를 우리나라의 상황에 맞게 수정하여 사용한 서정희(2004)의 연구내용을 참고로 총 14개 문항으로 구성하였으며 신뢰도는 .78 이었다. 신용카드인식에 대한 문항은 Xiao와 그의 동료들(1995), Hayhoe와 그의 동료들(1999)과 박근주(1990)의 설문문항을 참고로 하여 총 11문항으로 구성하였으며, 신용카드 관리행동에 관한 질문은 박근주(1990)의 연구내용을 수정·보완하여 총 10문항으로 구성하였고 신뢰도는 .82였다. 각 문항은 '전혀 그렇지 않다' 1점부터 '항상 그렇다' 5점까지 5점 Likert척도로 측정하였으며, 긍정적 인식과 부정적 인식 모두 점수가 높을수록 긍정적으로 또는 부정적으로 인



식하는 것을 의미한다.

#### 4. 자료분석방법

자료의 분석은 조사대상자의 일반적인 특성 및 신용카드 관련 상황을 파악하기 위해 빈도, 평균을 산출하였으며 첫 번째 연구문제인 대학생들의 신용카드 인식 및 신용카드관리행동의 경향을 살펴보기 위하여 신용카드 인식 및 신용카드관리행동에 대한 요인분석을 실시하였으며 요인별 문항 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's Alpha를 이용하였다. 조사대상자의 특성에 따른 신용카드인식 및 신용카드관리행동의 차이를 알아보기 위하여 t-test 및 변량분석을 실시하였으며 사후검증으로 Duncan의 다중분류분석을 이용하였다. 두 번째 연구문제인 쇼핑가치의 일반적 경향을 알아보기 위하여는 쇼핑가치의 유형화를 위하여 요인 분석, K-mean 군집분석을 실시하였으며 세 번째 연구문제인 쇼핑가치에 따른 신용카드 인식 및 신용카드관리

행동의 차이를 분석하기 위해 t-test와 변량분석을 실시하였다. 네 번째 연구문제인 대학생들의 신용카드에 대한 인식 및 신용카드관리행동에 영향을 미치는 변수를 알아보기위해 중다 회귀분석을 실시하였으며 회귀분석 이전에 선형성 가정을 검증하고 다중공선성문제를 파악하기 위하여 상관관계분석을 실시하였다. 이상의 분석은 SPSS WIN12.0 통계 패키지를 이용하였다.

### IV. 연구결과 및 해석

#### 1. 대학생들의 신용카드 인식 및 신용카드관리 행동

##### 1) 신용카드 인식 및 신용카드관리 행동의 일반적인 경향

신용카드에 대한 인식의 일반적 경향을 알아보기 위하여 요인분석을 실시하여 <표 2>와 같은 결과를 얻었다.

<표 2> 신용카드 인식의 요인분석

요인 및 문항내용		요인 부하량	아이겐 값	설명 변량 (%)	신뢰도
요인1 긍정적 인식	신용카드로 구입하면 일정기간동안에 무이자로 외상구입을 할 수 있어 경제적으로 이익이라고 생각한다.	.71	3.11	28.24	.75
	신용카드를 사용하면 포인트 등 여러 가지 혜택이 있어 소비생활에 도움이 된다.	.68			
	신용카드를 가지고 있어서 좋다.	.67			
	신용카드사용이 생활수준 향상에 기여한다고 생각한다.	.63			
	나는 더 많은 신용카드를 이용해 보고 싶다.	.63			
	신용카드는 할부로 구입할 수 있어서 부담이 없다.	.62			
요인2 부정적 인식	신용카드로 구매하면 후회 할 때가 많다.	.74	1.78	16.17	.64
	신용카드를 가지고 다니면 계획했던 것 보다 많이 구입하게 될 수 있다.	.64			
	신용카드를 사용하면 수수료가 부담된다.	.61			
	신용카드사용은 지혜롭지 않다고 생각한다.	.59			
	신용카드분실이나 도난시 부정사용액이 커질 우려가 있어 불안하다.	.56			
				44.41	

〈표 3〉 신용카드 인식의 일반적인 경향

신용카드를 사용하면		평균(표준편차)
긍정적 인식	신용카드로 구입하면 일정기간동안에 무이자로 외상구입을 할 수 있어 경제적으로 이익이라고 생각한다.	2.70(1.03)
	신용카드를 사용하면 포인트 등 여러 가지 혜택이 있어 소비생활에 도움이 된다.	3.19(1.04)
	신용카드를 가지고 있어서 좋다.	2.78(1.23)
	신용카드 사용이 생활수준 향상에 기여한다고 생각한다.	2.61(.99)
	나는 더 많은 신용카드를 이용해 보고 싶다.	1.98(1.00)
	신용카드는 할부로 구입할 수 있어서 부담이 없다.	2.85(1.10)
계		2.69(.61)
부정적 인식	신용카드로 구매하면 후회 할 때가 많다.	3.08(1.05)
	신용카드를 가지고 다니면 계획했던 것 보다 많이 구입하게 될 수 있다.	3.82(1.02)
	신용카드를 사용하면 수수료가 부담된다.	3.35(1.05)
	신용카드 사용은 지혜롭지 않다고 생각한다.	2.96(1.13)
	신용카드분실이나 도난시 부정사용액이 커질 우려가 있어 불안하다.	3.24(.93)
계		3.29(.55)

신용카드에 대한 인식 요인을 밝히기 위해 베리맥스회전을 이용하여 아이겐값이 1.0이상인 요인을 추출한 결과 2개의 요인이 추출되었고 총 설명변량은 44.4%였다. 요인1을 설명하는 변량은 28.2%로 가장 높았으며, 이는 신용카드를 사용함으로써 얻을 수 있는 이익에 초점이 맞춰진 것으로 ‘긍정적 인식’이라 명명하였다. 요인2는 신용카드를 사용함으로써 받게 되는 불이익이나 부담에 대한 인식에 초점이 맞춰진 것으로 ‘부정적 인식’이라 명명하였으며 설명 변량은 16.2%였다. 각 요인에 대한 신뢰도 검증을 위하여 Cronbach's Alpha 신뢰도 계수를 산출한 결과 각각 .75와 .64로 나타났다.

이상과 같은 요인분석을 바탕으로 신용카드에 대해 긍정적/부정적인식의 경향을 알아보았다<표 3>. 신용카드의 긍정적 인식 요인을 살펴보면, 신용카드를 사용함으로써 얻는 포인트 등의 혜택을 가장 긍정적으로 인식하였고(m=3.19/sd=1.04), 다음으로는 ‘할부로 구입할 수

있어서 부담이 없다’(m=2.85/sd=1.10)였으며 ‘신용카드를 더 많이 이용해 보고 싶다’(m=1.98/sd=1.00)가 가장 낮게 나타났다. 또한 부정적 인식 요인에서는 가장 안 좋은 점으로 ‘계획했던 것 보다 많이 구입하게 될 수 있다’(m=3.82/sd=1.02)로 응답했고 ‘지혜롭지 않다고 생각한다’(m=2.96/sd=1.13)는 상대적으로 가장 낮게 나타났다지만 절대적 관점에서는 낮은 점수가 아니라 볼 수 있다. 이는 부정적 인식이 대체적으로 높음을 의미한다. 최종적으로는 긍정적 인식(m=2.69/sd=.61)보다 부정적 인식(m=3.29/sd=.55)이 더 높게 나타났는데 이는 김영신(2005)의 연구결과 신용카드에 대한 긍정인식의 평균이 3.11인 것에 비해 낮게 나타난 것으로 최근 신용카드로 인한 사회적 문제가 늘어나는데 대한 경각심이 작용한 것으로 보인다.

신용카드관리행동의 일반적 경향을 알아보기 위하여 요인분석을 실시한 결과는 <표 4>와 같다. 신용카드관리행동의 요인구성을 파악하기위하여 요인분석의 베리맥스회전을 이용하였으며 아이겐값이 1.0 이상인 요인을 추출한

〈표 4〉 신용카드 관리행동의 요인분석

요인 및 문항 내용		요인 부하량	아이겐 값	설명변량 (%)	신뢰도
요인1 도용 및 신용불량 관련 관리	신용불량자가 되지 않도록 신용카드 사용에 신경쓴다.	.79	3.53	35.33	.73
	신용카드가 연체되지 않도록 결제일을 잘 지킨다.	.77			
	다른 사람(가족포함)에게 신용카드를 빌려주지 않는다.	.61			
	신용카드로 계산할 때 다른 사람(종업원 등)에게 맡기지 않는다.	.61			
	신용카드 한도액을 알고 한도내 에서 사용한다.	.49			
요인2 결제관련 관리	신용카드를 쓸 때 금액 및 가맹점명, 거래날짜, 품목 등을 확인하고 서명한다.	.74	1.25	12.54	.61
	신용카드 월 청구금액이 언제부터 언제까지 사용한 액수인지 그 기간을 알고 있다.	.73			
	신용카드를 발급받으면 반드시 뒷면에 서명한다.	.61			
요인3 약관 및 영수증 관련관리	신용카드를 발급 받을 때 약관내용을 확인한다.	.83	1.03	10.27	.57
	신용카드 영수증은 보관해 둔다.	.70			
				58.14	

결과 3개의 요인이 추출되었고 총 설명변량은 58.1%였다. 요인1을 설명하는 변량은 35.3%로 가장 높았으며, 한도나 연체, 신용불량자등에

대한 관리 및 타인대여로 인한 도용이나 부정 사용에 대한 관리로서 ‘도용 및 신용불량관련 관리’라 명명하였다. 요인2는 신용카드 결제시

〈표 5〉 신용카드 관리행동의 일반적인 경향

문 항		평균(표준편차)
요인1 도용 및 신용불량관련 관리	신용불량자가 되지 않도록 신용카드 사용에 신경쓴다.	3.99(.95)
	신용카드가 연체되지 않도록 결제일을 잘 지킨다.	4.08(.91)
	다른 사람(가족포함)에게 신용카드를 빌려주지 않는다.	3.60(1.22)
	신용카드로 계산할 때 다른 사람(종업원 등)에게 맡기지 않는다.	3.42((1.22)
	신용카드 한도액을 알고 한도내 에서 사용한다.	3.71(1.10)
	계	3.76(.78)
요인2 결제관련 관리	신용카드를 쓸 때 금액 및 가맹점명, 거래날짜, 품목 등을 확인하고 서명한다.	2.72(1.16)
	신용카드 월 청구금액이 언제부터 언제까지 사용한 액수인지 그 기간을 알고 있다.	2.98(1.22)
	신용카드를 발급받으면 반드시 뒷면에 서명한다.	3.32(1.42)
	계	3.01(.95)
요인3 약관 및 영수증관련 관리	신용카드를 발급 받을 때 약관내용을 확인한다.	2.63(1.07)
	신용카드 영수증은 보관해 둔다.	3.29(1.29)
	계	2.96(1.00)
신용카드관리 행동 전체	전체 문항	3.38(.68)

금액 및 사용처에 대한 확인, 청구기간 및 금액 확인, 카드 뒷면 서명하기 등 신용카드로 결제할 때 발생할 수 있는 문제에 대한 관리로서 '결제관련 관리'라 명명하였고, 설명변량은 12.5%였다. 요인3은 설명변량이 10.3%였으며 약관숙지와 영수증 관련된 관리로서 '약관 및 영수증관련 관리'라고 명명하였다. 각 요인별 신뢰도를 알아보기 위하여 Cronbach's Alpha 신뢰도 계수를 산출한 결과 각각 .73, .61, .57로 나타났다.

신용카드관리행동의 일반적 경향을 살펴보기 위하여 요인분석을 바탕으로 평균값을 비교해본 결과 도용 및 신용불량관련 관리를 가장 잘하는 것으로 나타났으며( $m=3.76/sd=1.08$ ) 그 다음은 결제관련 관리( $m=3.01/sd=1.26$ ), 약관 및 영수증관련 관리( $m=2.96/sd=1.48$ ) 순으로 나타났다<표 5>. 이는 약관에 대한 지식 및 내용 숙지가 취약하다는 선행연구(한국소비자원, 2003; 김경자, 2002; 서인주, 2002; 이재희, 1996)의 결과와 일치하는 것으로 소비자가 쉽고 편리하게 약관내용을 숙지할 수 있도록 하는 신용카드사의 적극적 자세가 요구된다. 전체적인 신용카드관리 행동은 평균 3.38( $sd=.68$ )로 비교적 신용카드 관리행동을 잘 하고 있는 것으로 나타났으며 이러한 결과는 김영신(2005)의 연구결과 2.04보다 높은 것으로 대학생의 신용카드관리 행동이 많이 상승되었음을 보여준다. 또한 신용카드행동 중 '카드가 연체되지 않도록 결제일을 잘 지킨다'와 '신용불량자가 되지 않도록 신용카드사용에 신경을 쓴다'가 높게 나타나 연체로 인한 불이익과 신용불량자에 대한 사회적 문제를 직·간접적으로 실감하고 있는 것으로 나타났다.

## 2) 조사대상자의 특성에 따른 신용카드인식 및 신용카드관리행동

### 조사대상자의 특성에 따른 신용카드인식 및

신용카드 관리행동의 차이를 살펴본 결과는 <표 6>와 같다.

신용카드인식을 긍정적 인식과 부정적 인식으로 나누어 살펴본 결과 신용카드에 대한 긍정적 인식은 일반변수 중 성별, 부모동거 여부, 가정 경제수준, 재정적 스트레스가, 신용카드관련 변수 중에서는 신용카드사용 여부, 신용카드사용액, 신용카드 만족도가 유의한 변수로 나타났으며 부정적 인식은 일반변수 중 성별, 학년, 재정적 스트레스가, 신용카드관련변수 중에서는 신용카드사용 여부, 신용카드 개수, 신용카드 만족도가 유의한 변수로 나타났다. 즉 성별에 따라서는 신용카드에 대한 긍정적 인식은 여자가 높고( $p<.05$ ), 부정적 인식은 남자가 높게 나타나( $p<.05$ ) 남녀의 뚜렷한 인식 차이를 나타내었다. 이는 여학생은 신용카드의 포인트 적립, 할부 등 혜택요인을 주로 많이 인식하며 남학생은 빚, 신용불량자등 부정적 요인과 연결 지어 인식하고 있음을 보여주었다. 그러나 이러한 결과는 성별차이가 나타나지 않은 김영신(2005), 김효정(2005)의 연구결과와 차이가 있었으며 여학생이 더 긍정적으로 신용카드를 인식하는 것으로 나타난 논문들(Xiao와 그의 동료들, 1995; Hayhoe와 그의 동료들, 1999)의 연구결과와는 일치하였다. 학년에 따라서는 1, 2학년이 3, 4학년에 비해 신용카드에 대한 부정적인 인식이 높은 것으로 나타났으며( $p<.05$ ), 이는 김영신(2005), Joo 등(2003)의 연구결과와 일치하는 것이다. 또한 부모님과 함께 사는 경우가, 가정경제수준이 높을수록 신용카드를 긍정적으로 인식하는 것으로 나타났( $p<.05$ ). 재정적 스트레스의 경우에는 재정적 스트레스가 없을 때 긍정적 인식은 가장 높은 반면 부정적 인식은 가장 낮게 나타났으며 재정적 스트레스가 매우 심할 때 긍정적 인식은 가장 낮게, 부정적 인식은 가장 높게 나타났( $p<.01$ ). 이는 재정적 스트레스가

〈표 6〉 조사대상자의 특성에 따른 신용카드에 대한 인식 및 신용카드관리행동의 차이

변인			신용카드에 대한 인식						신용카드 관리행동								
			긍정적 인식			부정적 인식			도용 및 신용불량 관련 관리			결제관련 관리			약관 및 영수증 관련관리		
			M	SD	Dun can	M	SD	Dun can	M	SD	Dun can	M	SD	Dun can	M	SD	Dun can
일반적 변수 (n=392)	성별	남자	2.97	.63		3.51	.70		3.98	.69		3.17	.94		2.82	1.00	
		여자	3.11	.60		3.35	.66		3.75	.83		3.15	.95		2.97	1.01	
		t	2.04*			2.13*			1.53			.16			-.76		
	학년	1학년	3.19	.58		3.35	.62		3.86	.73		3.00	3.00		2.92	1.01	
		2학년	3.10	.60		3.47	.67		3.83	.79		3.83	3.21		2.85	1.19	
		3학년	3.29	.50		3.13	.67		3.83	.86		3.81	3.22		2.95	.94	
		4학년	3.24	.54		3.14	.57		3.81	.79		3.83	3.26		2.96	.95	
	부모님 동거여부	F	.86			2.96*			.02			.48			.07		
		동거	3.10	.60		3.40	.67		3.80	.79		3.14	.95		2.92	1.10	
	가정경제 수준	동거하지 않음	2.92	.65		3.34	.71		3.95	.77		3.19	.94		2.91	1.11	
		t	2.19*			.31			-.68			-.17			.41		
		상	3.58	.67	a	2.86	.65	b	4.23	.85		3.06	1.66		3.75	.82	
		중상	3.22	.49	ab	3.29	.67	ab	3.78	.81		3.20	.93		2.87	1.02	
	재정적 스트레스	중하	3.10	.60	ab	3.34	.58	ab	3.84	.73		3.05	.86		2.85	1.00	
		하	3.17	.84	b	3.75	.57	a	4.60	.01		3.67	.94		3.00	.00	
F		2.56*			2.23			.91			.33			1.46			
없다		3.50	.73	a	2.88	.63	c	4.00	.84		3.18	1.44		3.42	.81		
신용카드 교육여부	약간	3.26	.52	ab	3.29	.72	cb	3.59	.89		3.07	.82		2.69	.96		
	보통	3.12	.50	b	3.34	.60	b	3.96	.73		3.23	.90		2.98	1.01		
	심함	3.38	.58	ab	3.22	.45	cb	3.62	.77		2.98	.86		2.76	1.16		
	매우심함	2.69	.65	c	3.88	.79	a	4.00	.00		3.42	1.37		2.62	1.25		
신용카드 관련 변수	신용카드 사용여부	F	4.46**			4.02**			1.58			.34			1.41		
		받음	3.13	.58		3.51	.68		4.01	.72		3.78	1.10		3.64	1.14	
		받지않음	3.04	.63		3.39	.69		3.79	.79		3.04	.87		2.79	.92	
	신용카드 사용액	t	.94			1.12			1.07			3.17**			3.45***		
		사용함	3.27	.57		3.21	.66		-	-		-	-		-	-	
		사용하지 않음	2.93	.62		3.50	.69		-	-		-	-		-	-	
	신용카드 갯수	t	5.30***			3.88***			-			-			-		
		없다	3.23	.57		3.31	.60		3.84	.78		3.12	.86		2.92	1.03	
		1장	3.34	.61		3.02	.57		3.84	.78		3.23	1.11		2.94	.98	
		2장	3.55	.43		2.68	.54		3.71	.92		3.10	1.34		3.07	.88	
	신용카드 명의	3장이상	3.43	.37		2.67	1.32		3.20	.00		3.33	.00		1.50	.00	
		F	1.09			4.69**			.27			.11			.70		
		가족카드	3.23	.10		3.24	.12		3.94	.86	a	3.23	1.06	a	3.09	.98	
		본인카드	3.32	.07		3.06	.08		3.97	.71	a	3.29	.92	a	2.91	.99	
	신용카드 만족도	타인	3.25	.10		3.35	.11		3.42	.75	b	2.77	.85	b	2.78	1.09	
F		.15			2.21			5.53**			3.16			.68			
10만원미만		2.84	.62	b	3.35	.69		3.95	.62	ab	3.03	.80	b	2.85	1.14		
10~20만원미만		3.33	.53	ab	3.29	.61		3.89	.75	ab	3.04	.94	b	2.99	1.08		
20~30만원미만		3.31	.43	ab	2.93	.59		3.54	.75	b	3.24	.93	b	2.84	.73		
30~50만원미만		3.52	.49	ab	3.02	.66		3.87	.84	ab	3.41	.93	ab	2.71	.93		
50~70만원미만		3.46	.65	ab	3.15	.47		3.76	1.06	ab	3.21	1.25	b	3.23	1.25		
70~100만원미만	3.25	.35	ab	2.50	.82		4.70	.14	a	4.50	.70	a	3.25	.35			
100만원 이상	3.90	.42	a	3.58	.64		3.60	1.41	b	2.33	.94	b	2.75	1.76			
신용카드 만족도	F	3.61**			1.63			1.08			1.32			.39			
	불만족	1.50	.00	c	3.50	.00	a	4.60	.56	a	3.00	.00		2.75	1.76		
	보통	2.25	.59	b	2.78	.45	b	3.80	.63	ab	3.08	.88		2.82	1.03		
	만족	2.67	.50	ab	2.53	.52	bc	3.91	.82	ab	3.30	.97		3.01	.95		
신용카드 만족도	매우 만족	3.04	.46	a	2.00	.59	c	3.25	1.22	b	2.79	1.37		3.00	1.36		
	F	10.35***			8.73***			2.36			.95			.33			

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

높을 경우 신용카드를 사용할 수 없거나 연체, 신용불량 등의 문제로 스트레스를 받아 신용카드에 대해 부정적으로 인식한 것으로 보인다. 신용카드 사용여부에 따라서는 신용카드를 사용하는 사람이, 사용하지 않는 사람보다 신용카드에 대한 긍정적 인식이 높았으며 부정적 인식은 낮았다( $p<.001$ ). 또한 신용카드 소지개수가 적을수록 신용카드에 대한 부정적 인식은 높게 나타났으며( $p<.01$ ) 이는 신용카드를 부정적으로 인식하기 때문에 신용카드를 사용하지 않거나 신용카드를 적게 가지고 있는 것으로 해석할 수 있다. 신용카드 사용액에 따라서는 사용액이 많을수록 긍정적 인식이 높은 것으로 나타났으며( $p<.05$ ), 신용카드 사용만족도는 만족도가 높을수록 긍정적 인식이 높은 반면 부정적 인식은 낮게 나타났다( $p<.001$ ).

신용카드관리행동의 요인별로 살펴보면, 일

반변수 중에는 차이가 나타나지 않았으며 이러한 결과는 여학생이 합리적 신용카드사용행동이 높은 것으로 나타난 박근주(1990)의 연구결과와 일치하지 않는 것으로 본 연구에 참여한 남학생 중 소비자학을 전공한 학생이 많아 비교적 신용카드관리를 잘하고 있기 때문인 것으로 보인다. 신용카드관련 변수 중에는 신용카드 교육과 신용카드 명의를 유의한 변수로 나타났다. 즉, 신용카드 교육을 받지 않은 사람보다 받은 사람이 ‘결제관련 관리’( $p<.01$ )와 ‘약관 및 영수증 관리’( $p<.001$ )를 잘 하는 것으로 나타났으며 본인카드를 사용하는 사람이 ‘도용 및 신용불량관련 관리’( $p<.01$ )와 ‘사용관련 관리’( $p<.05$ )를 가장 잘 하는 것으로 나타났다( $p<.01$ ). 이는 선행연구들(김효정, 2005; 서경의, 1997; 이은희, 1992)과 일치하는 결과이다.

〈표 7〉 쇼핑가치의 요인분석

요인 및 문항내용		요인 부하량	아이겐 값	설명 변량 (%)	신뢰도
요인1 쾌락적 쇼핑가치	나에게 쇼핑은 하나의 탈출구이다.	.83	4.17	29.76	.87
	쇼핑하는 동안 물건을 고르는 흥분을 느낀다.	.81			
	내가하는 다른 어떤 일보다도 쇼핑이 정말 즐겁다.	.80			
	쇼핑할 때는 흥미로운 새로운 제품에 빠져들어 즐겁다.	.78			
	쇼핑하는 동안만은 걱정, 근심을 잊을 수 있다.	.76			
	물건을 사는 것보다 쇼핑 자체가 즐겁다.	.68			
요인2 실용적 쇼핑가치	쇼핑할 때는 내가 미리 생각했던 제품만 산다.	.80	2.54	18.14	.80
	신중하게 물건을 사는 편이므로 물건을 사고 난 후에 후회하는 일이 없다.	.78			
	나는 정말로 필요한 물건만 산다.	.74			
	쇼핑 후에는 항상 현명한 쇼핑을 했다고 생각한다.	.71			
요인3 근검적 쇼핑가치	가치가 낮은 제품이나 중고제품을 자주 사용하는 편이다.	.74	1.31	9.33	.50
	물건을 구입할 때는 유명상표를 가장 선호한다.*	.63			
	작은 물건이라도 잃어버리면 다시 찾기 위해 모든 노력을 다한다.	.43			
전체		57.23			

\* 역점수화 함

〈표 8〉 쇼핑가치의 군집 중심 및 F-검증

(N=382)

군집		군집1(N=96) 균형적 쇼핑가치 집단	군집2(N=155) 쾌락적 쇼핑가치 집단	군집3(N=131) 실용적 쇼핑가치 집단	F값
쇼핑가치	쾌락	3.35	3.28	2.53	87.22***
	실용	3.42	2.50	3.76	220.97***
	근검	3.66	2.65	2.90	99.67***

\*\*\*p<.001

## 2. 대학생들의 쇼핑가치의 일반적 경향

### 1) 쇼핑가치의 요인분석 및 유형화

대학생들의 쇼핑가치의 구성요인을 밝히기 위해 베리맥스회전을 이용하여 아이겐값이 1.0 이상인 요인을 추출하는 요인분석을 실시하였다. 쇼핑가치에 대한 14개의 문항을 요인분석한 결과는 <표 6>과 같다. 즉 3개의 요인이 추출되었으며 총 설명분산은 57.2%로 나타났다. 요인1을 설명하는 변량은 29.8%로 가장 높았으며, 이는 쇼핑을 하면서 느끼는 즐거움에 초점이 맞춰진 것으로 '쾌락적 쇼핑가치'로 명명하였다. 요인2는 쇼핑시 합리적 선택, 실용성을 중시하는 것으로 '실용적 쇼핑가치'로 명명하였으며 설명변량은 18.1%였다. 요인3은 쇼핑을 자제하며 근검, 절약하는 측면이 강한 것으로 '근검적 쇼핑가치'로 명명하였으며 설명변량은 9.3%였다.

쇼핑가치의 요인분석에서 얻은 쇼핑가치 요인점수의 동질성을 조사하기 위하여 K-mean 군집분석을 실시하였다. 처음 군집을 3, 4개, 5개로 나눈 후 군집분석을 실시한 결과 4개와 5개로 분류한 경우에는 요인특성이 잘 나타나지 않았으나 3개로 범주화 했을 때에는 각각의 요인 점수가 특성이 잘 나타나 본 연구에서는 군집을 3개로 나누었다<표 8>. <표 8>은 군집 분석 후 세 개 군집 중심간의 차이가 있는가를 일원변량분석 한 결과로 3개의 자아개념 요인

모두가 세 집단을 뚜렷이 구별하는 변수로 유의미한 것으로 나타났다(p<.001). 그러나 여기서 F-검증은 다른 군집의 여러 케이스간 차이를 최대화하기 위한 군집선택을 목적으로 하는 것으로 기술통계의 목적으로만 제시하였다. 3개의 쇼핑가치요인 특성을 중심으로 군집1은 쾌락, 실용, 근검적 쇼핑가치의 군집중심이 모두 높게 나타나 '균형적 쇼핑가치 집단'으로 명명하였으며 군집2는 쇼핑가치중 쾌락적 쇼핑가치가 가장 높게 나타나 '쾌락적 쇼핑가치 집단', 군집3은 다른 쇼핑가치보다 실용적 쇼핑가치가 가장 높게 나타나 '실용적 쇼핑가치 집단'으로 명칭을 부여하였다.

## 3. 대학생들의 쇼핑가치에 따른 신용카드인식 및 신용카드관리행동

쇼핑가치에 의해 분류한 3집단이 신용카드 인식 및 신용카드 관리행동에서 어떤 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 신용카드 인식과 신용카드관리행동을 종속변수로 하여 변량분석을 실시하였다<표 9>.

<표 9>에서와 같이 쇼핑가치는 신용카드에 대한 긍정적 인식(p<.05)과 신용카드관리행동의 모든 하위영역(p<.01)에서 유의한 차이가 있었다. 즉 쾌락적 쇼핑가치를 지닌 집단이 신용카드에 대해서 가장 부정적 인식이 높았고 실용적 쇼핑가치 집단이 가장 낮았다(p<.05).

〈표 9〉 쇼핑가치 유형별 신용카드인식 및 신용카드관리행동

변인		쇼핑가치 유형						F-값
		균형적 쇼핑가치 집단		쾌락적 쇼핑가치 집단		실용적 쇼핑가치 집단		
		평균 (표준편차)	Duncan	평균 (표준편차)	Duncan	평균 (표준편차)	Duncan	
신용카드 인식	긍정적 인식	2.53(.61)		2.53(.67)		2.40(.61)		.72
	부정적 인식	2.61(.46)	ab	2.80(.57)	a	2.54(.54)	b	3.16*
신용카드 관리행동	도용 및 신용불량 관련 관리	4.08(.66)	a	3.57(.89)	b	3.94(.68)	a	4.62**
	결제관련 관리	3.57(1.10)	a	2.97(.94)	b	3.06(.80)	b	3.97**
	약관 및 영수증 관련 관리	3.52(1.06)	a	2.56(.94)	b	2.91(.90)	b	8.87***

\*p<.05, \*\*p<.01

이는 쾌락적 쇼핑가치를 지닌 집단은 집단 특성상 신용카드사용이 과소비나 충동구매로 이어질 가능성이 크므로 신용카드에 대해서 부정적 인식을 높게 하는 것으로 해석된다. 반면 실용적 쇼핑가치 집단의 경우는 신용카드의 장점을 활용하여 합리적으로 신용카드를 사용함으로써 신용카드를 긍정적으로 인식한 것으로 보인다. 또한 균형적 쇼핑가치 집단과 실용적 쇼핑가치 집단이 도용 및 신용불량 관련 관리 영역에서 점수가 높아 도용 및 신용불량 관련 관리행동을 잘하는 것으로 나타났으며(p<.01), 쾌락적 쇼핑가치 집단은 이 영역에서 점수가 가장 낮게 나타났다. 쾌락적 쇼핑가치를 지닌 집단이 도용 및 신용불량관련 관리행동을 잘하지 못한 것은 구매시 지나치게 즐거움을 추구하다보면 충동구매와 과소비를 하게 되어 신용카드 채무불이행이나 연체로 이어질 수 있기 때문으로 보인다. ‘결제관련 관리’(p<.01)와 ‘약관 및 영수증 관련 관리’(p<.001) 영역에서도 균형적 쇼핑가치 집단이 가장 높게 나타났다.

이상의 결과들을 종합해보면 쾌락적 쇼핑가

치를 지닌 집단은 신용카드를 부정적으로 인식하였고 신용카드관리행동은 잘 하지 못하였으며, 균형적 쇼핑가치를 지닌 집단은 신용카드를 긍정적으로 인식하였으며 신용카드관리행동도 잘 하고 있는 것으로 해석할 수 있다.

#### 4. 신용카드 인식 및 신용카드 관리행동에 영향을 미치는 변수

대학생 소비자의 신용카드카드 인식 및 신용카드관리행동에 영향을 미치는 변수들의 상대적 설명력을 비교하기 위하여 각 독립변인군을 단계적으로 투입하여 중다회귀분석을 실시하였다. 신용카드 인식의 경우 1단계에서는 조사대상자의 일반적 변수를 독립변인으로 하였으며, 2단계에서는 쇼핑가치를 추가하여 분석하였다. 신용카드 관리행동의 경우에는 일반적 변수의 영향력이 미미하여 일반적 변수는 제외하고 1단계에서 신용카드관련변수를, 2단계에서는 쇼핑가치 변수를 추가하여 분석하였다. 회귀분석의 다중공선성을 검토하기 위하여 공차한계를 살펴본 결과 .72 이상 이었으며, 분



〈표 10〉 일반적변수, 쇼핑가치가 신용카드인식에 미치는 영향

			신용카드에 대한 긍정인식				신용카드에 대한 부정적 인식			
			1단계		2단계		1단계		2단계	
			b	$\beta$	b	$\beta$	b	$\beta$	b	$\beta$
일반적 변수	성별 <sup>a)</sup>	남(ref.)	-	-	-	-	-	-	-	-
		여	.13	.10	.42	-.13	-.10	-.08	-.14	-.12*
	부모동거 <sup>a)</sup>	동거함(ref.)	-	-	-	-	-	-	-	-
		동거안함	-.19	-.12*	-.20	-.13*	.0	.02	.02	.01
학년		.05	.10	.05	.09	-.05	-.09	-.05	-.09	
재정정스트레스		-.06	-.10	-.05	-.08	.11	.18***	.10	.17**	
쇼핑 가치	쾌락적 쇼핑가치				.21	.05***			.03	.04
	실용적 쇼핑가치				.02	.04			-.10	-.14**
	근거적 쇼핑가치				-.05	-.05			.05	.06
F값			3.92**		5.00***		4.42**		3.46***	
Adj. R <sup>2</sup>			.03		.08		.04		.05	
R <sup>2</sup> Change					.05				.01	

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

a) 가변수 처리하였음(ref.는 준거집단임).

〈표 11〉 신용카드관련변수, 쇼핑가치가 신용카드관리행동에 미치는 영향

			도용 및 신용불량관련 관리		결제관련 관리		약관 및 영수증관련 관리	
			1단계	2단계	1단계	2단계	1단계	2단계
			b (β)	b (β)	b (β)	b (β)	b (β)	b (β)
신용 카드 변수	신용카드 교육 <sup>a)</sup>	반응(ref.)	-	-	-	-	-	-
		반지않음	-.28(-.13)	-.11(-.05)	-.84(-.32)***	-.74(-.28)**	-.87(-.31)***	-.58(-.21)*
	신용카드사용액		3.134E-09(.00)	1.767E-07(.06)	3.228E-07(.08)	2.037E-07(.05)	1.769E-07(.04)	1.826E-07(.04)
	신용카드 명 <sup>a)</sup>	가족명 <sup>a)</sup> (ref.)	-	-	-	-	-	-
		본인명 <sup>a)</sup> 타인명 <sup>a)</sup>	.01(.01) -.55(-.31)**	-.17(-.11) -.63(-.35)*	.21(.11) -.45(-.20)	.12(.06) -.49(-.22)*	.02(.01) -.22(-.10)	-.23(-.11) -.27(-.12)
소지카드 갯수		-.04(-.04)	.06(.05)	-.05(-.04)	-.02(-.01)	.05(-.03)	.04(.03)	
신용카드만족도		-.12(-.10)	-.13(-.11)	.04(.03)	-.02(-.01)	.12(.08)	.06(.04)	
쇼핑 가치	쾌락적 쇼핑가치			.03(.02)		.23(.16)		.35(.23)**
	실용적 쇼핑가치			.36(.39)**		.21(.18)		.44(.35)***
	근거적 쇼핑가치			.04(.03)		-.09(-.07)		.13(.09)
F값			2.22*	3.99***	3.34**	2.93**	2.24*	4.22***
Adj. R <sup>2</sup>			.06	.19	.11	.13	.06	.20
R <sup>2</sup> Change				.14		.02		.14

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

a) 가변수 처리하였음(ref.는 준거집단임).

산평창계수(VIF)도 1.08 ~ 1.22로 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 중다회귀분석을 위하여 성별, 부모동거여부, 신용카드 교육 유무, 신용카드명의는 가변수 처리하였다. 신용카드 인식에 대한 중다회귀분석 결과는 <표 10>, 신용카드관리행동에 대한 중다회귀분석결과는 <표 11>과 같다.

신용카드에 대한 긍정적 인식에 영향력 있는 변수를 살펴보면 <표 10>, 일반적 변수만 투입된 1단계에서는 부모와 동거( $\beta = -.12, p < .05$ )가 영향력 있는 변수였으며 이는 쇼핑가치가 추가된 2단계에서도 비슷한 영향력( $\beta = -.13, p < .05$ )을 보여주어 부모동거의 독립적 영향력은 다른 변수에 의해 완화되지 않음을 보여주었다. 쇼핑가치가 투입된 2단계에서는 쾌락적 쇼핑가치( $\beta = .05, p < .001$ )가 영향력 있는 변수였으며 실용적 쇼핑가치, 근검적 쇼핑가치는 신용카드에 대한 긍정적 인식에 영향력이 없는 것으로 나타났다. 모형의 설명력을 살펴보면, 일반변수만 투입하였을 때 보다 쇼핑가치변수를 투입하였을 때 모형의 설명력이 3%에서 8%로 증가하였다. 이상의 결과를 통해서는 부모와 동거하지 않을 경우 신용카드를 부정적으로 인식하는 것을 알 수 있으며 쾌락적 쇼핑가치가 높을수록 신용카드를 긍정적으로 인식하는 것을 알 수 있다.

신용카드에 대한 부정적 인식에 영향력 있는 변수는 일반적 변수만 투입한 1단계에서는 재정적 스트레스( $\beta = .18, p < .001$ )가 영향력 있는 변수였으며 쇼핑가치가 추가된 2단계에서도 재정적 스트레스가 비슷한 영향력( $\beta = .17, p < .01$ )을 나타내었다. 한편 1단계에서는 유의한 영향력이 없었던 성별( $\beta = -.12, p < .05$ )이 2단계에서 새로운 영향력 있는 변수로 작용하였고, 실용적 쇼핑가치( $\beta = -.14, p < .01$ )도 영향력 있는 변수로 나타났다. 성별이 2단계에서 영향력을 나타낸 것은 2단계에서 투입된 실용적

쇼핑가치의 영향 때문인 것으로 해석된다. 즉 성별과 실용적 쇼핑가치가 모두 부적 영향력이 있는 것으로 나타난 점을 고려한다면, 실용적 쇼핑가치가 신용카드에 대한 부정적 인식을 감소시키는 요인이고 여학생 중에는 실용적 쇼핑가치를 지닌 여학생이 많았기 때문에 쇼핑가치 변수를 추가하였을 때 성별의 영향력이 나타난 것으로 해석할 수 있다. 모형의 설명력을 살펴보면, 일반변수만을 투입하였을 때 모형의 설명력은 4%, 쇼핑가치 변수를 추가로 투입하였을 때 모형의 설명력은 5%로 약간 증가하였다. 이상의 결과를 통해 재정적 스트레스가 높을수록 신용카드에 대한 부정인식도 높았으며 여학생이고, 실용적 쇼핑가치가 높을수록 신용카드에 대한 부정적 인식은 낮다는 것을 알 수 있다. 이는 재정적 스트레스가 높을 경우 신용카드를 현금서비스, 돌려막기 등 변칙적으로 사용함으로 신용카드에 대해 부정적으로 인식할 가능성이 높기 때문으로 해석된다. 또한 남학생보다는 여학생이, 실용적 쇼핑가치가 높을수록 구매시 예산을 초과하지 않도록 하고, 계획한 물품만 구매하는 등 합리적으로 신용카드를 사용함으로 신용카드에 대한 부정적 인식이 낮게 나타난 것으로 해석할 수 있다.

신용카드관리 행동 요인별 영향력 있는 변수를 살펴보면 <표 11>과 같다. 도용 및 신용불량관련 관리의 경우, 신용카드 변수만 투입된 1단계에서는 타인명의( $\beta = -.31, p < .01$ )가 영향력 있는 변수였으며 이는 쇼핑가치가 추가된 2단계에서도 비슷한 영향력( $\beta = -.35, p < .05$ )을 나타내어 다른 변수에 의해 영향력이 완화되지 않고 독립적 영향력을 갖고 있음을 의미한다. 쇼핑가치 변수가 추가로 투입된 2단계에서는 실용적 쇼핑가치( $\beta = .39, p < .01$ )가 영향력 있는 변수로 나타났다. 모형의 설명력을 살펴보면 신용카드 변수만 투입하였을 때보다 쇼핑가치 변수를 투입하였을 때 모형의 설명력이 6%에

서 19%로 크게 증가하였다. 이는 도용 및 신용불량관련 관리 행동을 설명하는데 쇼핑가치가 중요한 변인임을 시사하는 것이다. 이상의 결과를 종합해보면, 타인명의의 신용카드사용은 도용 및 신용불량관련 관리행동 점수를 낮게 하였으며 실용적 쇼핑가치가 높을수록 도용 및 신용불량관련 관리행동을 잘하는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 다른 사람의 신용카드를 빌려 쓸 경우 자신의 것이 아니므로 도용 및 신용불량에 관한 우려 등을 하지 않은 채 사용하고 있음을 반영한 것이며, 실용적 쇼핑가치는 예산과 계획구매 등을 중요시하기 때문에 신용카드 사용시 예산을 초과하여 발생하는 문제를 예방하기 위하여 도용 및 신용불량관련 관리행동을 잘 하는 것으로 해석할 수 있다.

결제관련 관리행동의 경우, 신용카드변수만 투입된 1단계에서는 신용카드 교육받지 않음( $\beta=-.32, p<.001$ )이 영향력 있는 변수였으며 쇼핑가치 변수가 추가로 투입된 2단계에서는 신용카드 교육받지 않음( $\beta=-.28, p<.01$ )의 영향력이 1단계보다 약간 감소하긴 하였지만 여전히 영향력이 있는 것으로 나타나 신용카드 교육의 독립적 영향력은 다른 변수에 의해 완화되지 않음을 보여주었다. 또한 1단계에서는 나타나지 않았던 타인명의( $\beta=-.22, p<.05$ )가 영향력 있는 변수로 나타났으며 2단계에서 추가된 쇼핑가치변수는 유의한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 모형의 설명력을 살펴보면 신용카드변수만 투입한 모형의 설명력은 11%, 쇼핑가치 변수를 추가한 모형의 설명력은 13%로 약간 증가하였다. 이상의 결과를 종합해보면, 신용카드 교육을 받지 않을 경우 결제관련 관리 행동이 낮게 나타났으며 영향력도 높아 결제관련 관리행동을 높이기 위하여 신용카드 교육이 필요함을 시사하였다. 또한 타인명의의 신용카드를 사용할 경우 결제관련 관리행동이 낮아, 타인명의의 신용카드사용은

자제해야함을 시사하였다.

약관 및 영수증관련 관리의 경우, 신용카드 관련 변수만 투입된 1단계에서는 신용카드 교육( $\beta=-.31, p<.001$ )이 영향력 있는 변수였으며 쇼핑가치 변수를 추가한 2단계에서는 영향력( $\beta=-.21, p<.05$ )이 감소하였지만 여전히 존재하는 것으로 나타났다. 쇼핑가치 변수가 투입된 2단계에서는 쾌락적 쇼핑가치( $\beta=.23, p<.01$ )와 실용적 쇼핑가치( $\beta=.35, p<.001$ )가 영향력 있는 변수였다. 모형의 설명력을 살펴보면, 신용카드관련 변수만 투입하였을 때보다 쇼핑가치 변수를 추가로 투입하였을 때 모형의 설명력이 6%에서 20%로 크게 증가하여 쇼핑가치변수가 약관 및 영수증 관련관리 행동의 중요한 변인임을 보여주었다. 이상의 결과를 종합하여 보면, 신용카드교육을 받지 않았을 경우 약관 및 영수증 관련 관리행동이 낮아 신용카드교육의 중요성을 다시한번 시사하였으며 쾌락적 쇼핑가치와 실용적 쇼핑가치가 높을수록 약관 및 영수증관련 관리를 잘하는 것으로 나타났으며 영향력도 커 쇼핑가치 역시 신용카드관리행동에 중요한 변수임을 시사하였다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 신용카드에 대한 관심과 중요성이 증가되는 시점에서 앞으로 신용사회의 주역이 될 대학생을 대상으로 신용카드 인식과 신용카드관리 행동을 살펴보고자 하였다. 이를 위해 대학생을 쇼핑가치에 따라 군집으로 나눈 후 신용카드 인식과 신용카드관리행동이 차이가 있는지를 살펴보았으며 신용카드 인식 및 신용카드관리행동에 영향을 미치는 관련변수들을 살펴보았다.

본 연구를 통해 얻어진 결론 및 제언은 다음과 같다. 첫째, 대학생들이 신용카드에 대해 긍정적 측면보다 부정적 측면을 상대적으로 높

게 인식한 것은 신용카드로 인한 사회문제가 끊임없이 발생하였기 때문인 것으로 보이며 이는 우리사회가 아직 신용사회로 진입하지 못했음을 반영하는 것이다. 따라서 신용카드에 대한 교육을 통해 올바른 인식을 확대시키며 건전한 신용사회 정착에 힘써야 할 것으로 사료된다. 또한 남녀 학생의 신용카드에 대한 인식의 차이가 두드러져, 남학생의 경우는 부정적 인식이, 여학생의 경우는 긍정적 인식이 높은 것으로 나타났다. 이는 신용카드교육 및 신용카드 교육프로그램 개발에 있어 성별에 따라 접근방법을 달리해야 함을 시사한다. 둘째, 쾌락적 쇼핑가치, 실용적 쇼핑가치, 근검적 쇼핑가치 모두 높은 '균형적 쇼핑가치 집단'이 신용카드도 긍정적으로 인식하면서 신용카드관리행동도 잘하는 것으로 나타났으며, 이는 쇼핑의 즐거움을 강조하는 현대사회의 소비문화를 반영한 것으로 쇼핑가치가 어느 한 쪽으로 치우치는 경향보다는 쇼핑의 즐거움도 느끼면서 효용과 근검절약을 동시에 이루는 것이 이상적임을 시사한다. 이에 쇼핑가치 요인들이 고무발달할 수 있도록 가정과 학교 및 사회적 여건이 형성되어야 할 것이다. 마지막으로 신용카드관리행동에 가장 영향력이 큰 변수는 실용적 쇼핑가치로 나타났으며 즉 실용적 가치가 높을수록 신용카드 관리행동을 잘 하였다. 실용적 쇼핑가치는 계획한 꼭 필요한 물건만 사며 예산을 초과하지 않는 쇼핑가치들로 신용카드로 인한 과소비나 충동구매로부터 벗어나야 신용카드관리를 잘 할 수 있음을 보여준다. 또한 이러한 결과는 신용카드 교육시 과소비, 충동구매 등과 관련된 쇼핑가치에 대한 교육도 함께 이루어져야 함을 시사한다.

본 연구자가 연구를 진행하면서 느낀 제한점은 다음과 같다. 첫째, 연구대상에 있어 성별 분포가 여학생에 치우친 경향이 있어 남녀 차이를 일반화하기 어렵다는 점과 아직 신용카

드사용이 활발하지 않은 대학생만을 대상으로 하였다는 점을 보완하여 연구대상 분포를 고려한 직장인, 주부 또는 세대별 연구로 대상을 확대한다면 신용카드 관련 사회현상을 좀 더 폭넓게 반영할 수 있을 것으로 사료된다. 둘째, 본 연구에서 신용카드관리행동에 미치는 영향력 있는 변수를 분석하는데 있어 신용카드에 대한 인식을 포함시키지 않았으므로 신용카드 인식을 비롯하여 신용카드에 대한 능력(지식, 태도, 기능), 재무관리태도, 화폐 태도 등 다양한 변수를 고려하여 더욱 정교한 모델로 접근한 후속연구가 기대된다. 마지막으로 후속 연구들에서는 다양한 연구방법이 시도되기를 기대한다. 신용카드에 관한 연구는 지속적으로 이루어지고 있으나 대부분의 연구들이 양적방법을 사용하고 있어 신용카드사용자의 특성상 양적방법으로는 잘 드러나지 않는 측면을 분석하기가 어렵다. 예를 들면 채무 연체자나 신용불량자들을 대상으로 한다면 양적 연구보다 질적 연구가 더 적합할 것이며, 이러한 사람들의 가치나 태도를 분석해보는 것은 사회적으로도 유용할 것으로 사료된다. 또한 우리나라에 신용카드가 도입된지 30년의 세월이 흐른 시점에서 시계열적 분석을 통해 시대별 혹은 세대별 변화를 살펴보는 것도 의의가 있을 것으로 생각된다.

## 【참 고 문 헌】

- 1) 김경자(2002). 대학생들의 신용카드 사용실태와 문제점. 한국신용카드학회 학술세미나 자료집.
- 2) 김영신(2005). 대학생소비자의 신용카드에 대한 태도 및 재무관리행동, 신용카드 사용행동의 합리성에 대한 인과분석. 한국가정관리학회지 23(5), 15-26.
- 3) 김정훈(1991). 신용카드 관리 실제와 자기

- 평가: 미래 신용카드 사용계획에 대한 의사 결정에 따른 비교 연구. 소비자학연구 2(1), 49-57.
- 4) 김정훈(2002). 여대생과 주부의 돈과 신용 대한 태도 비교. 대한가정학회지 40(3), 165-175.
  - 5) 김창미·김영신(2005). 대학생소비자의 신용카드 사용행동에 대한 인과분석. 한국가정관리학회지 23(2), 77-91.
  - 6) 김혜선·김숙향(2005). 소비자의 신용카드 이용도와 신용카드 소득공제 확대안에 대한 태도. 소비문화 연구, 8(1), 15-29.
  - 7) 김효정(2005). 대학생 소비자의 신용카드 관리행동에 관한 연구. 대한가정학회지 43(11), 1-15.
  - 8) 로버트 D. 매닝, 강남규 옮김(2002). 신용카드 제국. 서울: 참솔.
  - 9) 매일경제신문. 2008년 6월 23일 / 9월 10일. <http://mk.co.kr>.
  - 10) 박근주(1990). 소비자의 신용카드 사용행동에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
  - 11) 박명희(2002). 소비자 신용시대의 소비의식. 녹색소비자연대 세미나 자료집.
  - 12) 박철(2000). 인터넷 탐색가치에 의한 소비자 유형별 특성. 한국소비자학회 학술대회 논문집, 177-195.
  - 13) 서경의(1997). 대학생소비자의 신용카드 사용행동에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.
  - 14) 서인주(2002). 신용카드사용에 관한 소비자 교육프로그램 개발 및 평가. 상명대학교 박사학위논문.
  - 15) 서인주·두경자(2007). 대학생소비자의 화폐사용 태도와 신용카드에 대한 태도가 재정관리 행동에 미치는 영향. 한국가족자원 경영학회지 11(3), 23-43.
  - 16) 서정희(2004). 중·고등·대학생 소비자의 쇼핑가치유형과 강박구매: 서울과 울산을 중심으로. 소비자학연구 15(2), 1-17.
  - 17) 아이뉴스24. 2008년 11월 10일. <http://www.inews24.com>.
  - 18) 유지희(1992). 도시민의 신용카드 사용, 관리와 충동구매에 관한 연구: 서울시와 수원시를 중심으로. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
  - 19) 유창조·김상희(1994). Ethnographic 접근 방식을 통한 쇼핑 행위에 관한 탐색적 연구: 확장된 개념, 감정의 다양성, 공기의 다양성. 소비자학연구 5(2), 45-62.
  - 20) 이기춘(1980). 가정경제학. 서울: 교문사.
  - 21) 이은희(1992). 신용카드 관리행동의 체계론적 영향요인분석. 충남대학교 교육대학원 석사학위논문.
  - 22) 이재희(1996). 대학생들의 신용카드 인식 및 사용에 관한 연구. 한국생활과학회지, 5(2), 99-107.
  - 23) 이학식·김영·정주훈(1999). 실용적/쾌락적 쇼핑가치와 쇼핑만족: 구조모델의 개발과 검증. 경영학 연구 28(2), 505-538.
  - 24) 임혜군·최현자(2007). 한국과 대만의 신용카드 사용행태에 관한 비교연구 -20·30대 직장인을 중심으로- 신용카드학회지 창간호, 19-47.
  - 25) 제일기획(2003). 대한민국 변화의 태풍 -'젊은 그들'을 말한다. 제일커뮤니케이션 연구소.
  - 26) 최동숙(1985). 신용카드 사용 주부들의 소비자행동에 관한 연구. 한국가정관리학회지 33(2), 77-9
  - 27) 한국경제신문. 2007년 3월 6일. <http://www.hankyung.com>.
  - 28) 한국소비자원(2003). 신용카드 이용현황 및 의식실태. 조사보고서. 한국소비자원.
  - 29) 한국일보. 2007년 4월 10일. <http://news>.

hankooki.com.

- 30) 홍은실(2002). 대학생소비자의 인터넷탐색 가치유형과 인터넷 쇼핑에 대한 혜택-위험 지각정도에 관한 연구. *대한가정학회* 40(2), 161-173.
- 31) Armstrong, C.J. & Craven, M.J.(1993) Credit Card Use and Payment Practices among a Sample of College Students. *Proceeding of 6th Annual Conference of the Association for Financial Counseling and Planning Education*. 48-159.
- 32) Babin, B.J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and /or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research* 20(March), 644-656.
- 33) Batra, Rajeev & Olli T. Ahtola(1991). Measuring the hedonic and utilitarian sources of consumer attitudes. *Marketing Letter* 2(Aprill), 159-170.
- 34) Deacon, R. E., Firebaugh, F. Y.(1988). *Family Resource Management*, 2nd ed. Boston: Allyn and Bacon Inc.
- 35) Faber, Ronald J. & Thoms C. O'Cuinn. (1989). Classifying compulsive consumers: Advances in the development of diagnostic Tool. in *Advances in Consumer Research*. vol. 16. ed. Melanie Wllendorf & Paul F. Anderson, Provo, UT: Association for Consumer Research, 97-109.
- 36) Griffin, M, Babin, B.J. & Modianos, D. (2000). Shopping values of Russian consumers: impact of habituation in a developing economy. *Journal of Retailing* 76(1), 33-52.
- 37) Hayhoe & Leach(1997). An exploring college students' awareness of and use of credit. *The Journal of Consumer Education* 16, 7-12.
- 38) Hayhoe, C. R., Leach, L. & Turner, P. R. (1999). Discriminating the number of credit cards held by college students using credit and money attitudes. *Journal of Economic Psychology* 20, 643-656.
- 39) Hayhoe, C. R., Leach, L. & Turner, P. R, Bruin, M & Lawrence, F. C.(2000). Differences in spending habits and credit use of college students. *The Journal of Consumer Affairs* 34(1), 113-133.
- 40) Hirschman, E. C. & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and proposition. *Journal of Marketing* 46, 92-101.
- 41) Joo, S. H., Grable, J. E. & Bagwell, D. C.(2003). Credit card attitudes and behaviors of college students. *College Student Journal* 37(3), 405-419.
- 42) Jover, M.A. and Allen, J.L (1996) Knowledge and use of credit cards by college students. *Proceedings of the 25th Annual Confernce of the Eastern Family Economics and Resource Management Association*, 189-191.
- 43) Kaynak, E. Yucelt, U., & MacCregor, R.M.(1986). Attitudeinal and behavioral characteristics of american and canadian credit card holders. *Journal of Professional Services Marketing* 1(3), 101-119.
- 44) MacInnis. D.J. & Price, L.L.(1987). The role of imagery in information processing: Review and extensions. *Journal of Consumer Research* 13, 473-491.
- 45) Punch, L(1991). Better Marks for College Students. *Credit Card Management*, 4, 64-67.
- 46) Sherry, Jhon F. Jr.(1990). Dealers and dealing in a periodic market: informal Retailing in

ethnographic perspective. *Journal of Retailing*, 66(Summer), 174-200.

- 47) Triandis, Harry C.(1977). *Interpersonal behavior*, Monterey, CA: Books/Cole.
- 48) Xiao, J. J., Noring, F. E., & Anderson, J. G.(1995). College students' attitudes towards

credit cards. *Journal of Consumer Studies and Home Economics* 19, 155-174.

- 투 고 일 : 2009년 4월 15일
- 심 사 일 : 2009년 4월 20일
- 심사완료일 : 2009년 5월 21일