

<서베이실습캡스톤디자인>

지도교수 : 최종후 교수님

## 대학생들의 소비지출 실태 조사



2019.12

정용곤\_응용통계학과\_2015270316

남정재\_응용통계학과\_2016270350

오해성\_응용통계학과\_2016270302

## 차례

1. 팀원 소개
2. 개요
  - 2.1 연구 주제
  - 2.2 연구 배경
  - 2.3 연구 내용
3. 표본 설계
4. 설문 도구
  - 4.1 설문 도구의 구성
  - 4.2 설문지
5. 코드
  - 5.1 코드북 (부록 1 - 코드북)
  - 5.2 DATA 형식 (부록 2 - DATA file)
6. 분석
  - 6.1 빈도분석
    - 6.1.1 소비지출 수준 요약
    - 6.1.2 소비지출 의식 요약
    - 6.1.3 소비성향별 요약
      - 6.1.3.1 정체성 형성을 위한 도구로서의 소비 요약
      - 6.1.3.2 타인 지향적 소비 요약
      - 6.1.3.3 외모 지향적 소비 요약
      - 6.1.3.4 차별화 기제로서의 소비 요약
      - 6.1.3.5 감각적 소비 요약
      - 6.1.3.6 소비 지향적 소비 요약
    - 6.1.4 소비지출 분야 요약
    - 6.1.5 소비지출 희망 사항 요약
    - 6.1.6 응답자의 인구특성별 요약

## 6.2 $\chi^2$ 분석 (카이자승분석)

### 6.2.1 인적속성별 $\chi^2$ 동질성 검정

#### 6.2.1.1 성별 멤버십 및 마일리지 이용 정도 응답 비교

#### 6.2.1.2 학년별 멤버십 및 마일리지 이용 정도 응답 비교

#### 6.2.1.3 이성 친구 유무에 따른 합리적 소비 여부 응답 비교

## 6.3 신뢰도 검토

### 6.3.1 소비지출 성향 정도

### 6.3.2 소비지출 성향 정도에 대한 신뢰도 검토

#### 6.3.2.1 정체성 형성 도구로서의 소비지출 성향 정도

#### 6.3.2.2 타인 지향적 소비지출 성향 정도

#### 6.3.2.3 외모 지향적 소비지출 성향 정도

#### 6.3.2.4 소비 지향적 소비지출 성향 정도

## 6.4 점수화

## 6.5 분산분석 - 이성 친구 유무에 따른 소비 지향성 차이 유무 검정

## 6.6 확증적 인자분석

### 6.6.1 확증적 인자분석 결과

### 6.6.2 확증적 인자분석 [정체성 형성 도구]

### 6.6.3 확증적 인자분석 [타인 지향성]

### 6.6.4 확증적 인자분석 [외모 지향성]

### 6.6.5 확증적 인자분석 [소비 지향성]

## 7. 토의 및 결론

## 참고문헌

## 부록

### 1. 코딩북

### 2. DATA

### 3. SAS 프로그램

### 4. 프로젝트 일정

## 1. 팀원 소개

“ 고지전 ”  
고대인의 지출 전쟁

정용곤<sup>1)</sup>, 남정재<sup>2)</sup>, 오해성<sup>3)</sup>

## 2. 개요

### 2.1. 연구 주제

고지전(고대인의 지출 전쟁)조는 대학생들의 소비지출 실태 조사를 주제로 선정하였다.

### 2.2. 연구 배경



그림 2. 연구 배경 참고 인터넷 기사

최근 경제 신문의 기사를 읽다 보면, 대학생들과 소비지출간의 관련된 기사를 쉽게 찾아볼 수 있었다. 주로 대학생들의 소비지출의 한계점, 밀레니엄 세대의 소비지출에 관한 고충, 월세와 같은 주거 환경적 문제 등의 내용을 다루는 기사들이었으며 청년들의 소비지출에 대한 다수의 문제점이 나타나는 것을 알 수 있었다.

최근 ‘올로(YOLO)’와 ‘소확행(작지만 확실한 행복)’ 등 소비지출에 관한 신조어들이 속속히 탄생하고 있다. 이러한 소비지출에 관한 신조어들로 인해서 20대 청년들의 소비지출 행태가 신조어를 따라가는 양상을 띠고 있다. 이에 따라 1980년대 초반부터 2000년대 초반까지 출생한 청년층을 일컫는 밀레니얼 세대가 ‘텀장(텀텀 빈 통장)’ 탈출에 대한 의지를 보인 것으로 나타났다. 위 표에서 볼 수 있는 바와 같이 응답자의 70% 이상이 합리적인 소비

1) 30019 세종시 세종로 2511, 고려대학교 과학기술대학 응용통계학과 학사과정, E-mail : yg4458@korea.ac.kr

2) 30019 세종시 세종로 2511, 고려대학교 과학기술대학 응용통계학과 학사과정, E-mail : njj97@korea.ac.kr

3) 30019 세종시 세종로 2511, 고려대학교 과학기술대학 응용통계학과 학사과정, E-mail : ohs245@korea.ac.kr

생활을 위한 실천 의지를 밝혔다. 미래를 위한 목돈을 모으기 위해 나타난 현상이라고 볼 수 있다.

이처럼 대학생들의 현재 소비지출 실태는 상당히 심각한 수준이었고 이에 대해 대학생들의 소비지출 양태를 조사하고 소비지출에 대한 의식을 비교하고자 이와 같은 주제를 선정하게 되었다.

### 2.3. 연구 내용

본 연구는 대학생들의 소비지출 실태를 조사하여 분석하는 데 목적을 두고 있다. 조사 내용은 소비지출 수준 및 출처, 소비지출 수준 만족도, 소비성향, 소비지출 분야 등이다.

목표 모집단은 대학생이고 표집 모집단은 고려대학교 세종캠퍼스 학생이다. 고려대학교 세종캠퍼스 재학생 200명을 대상으로 (Google 설문지 폼을 이용한) 온라인 서베이 및 (면대면) 오프라인 서베이를 통하여 자기 기입 식으로 자료를 수집하였다. 설문지는 총 30문항으로 구성되어 있다. 조사된 자료를 가지고 빈도분석, 인적사항별 반응패턴을 비교하기 위한 chi-square 동질성 검정을 시행하였다. 그리고 소비지출 실태 분석을 위하여 신뢰도 검토, 확증적 인자 분석 등을 시도하였다.

고려대학교 세종캠퍼스에 재학 중인 대학생들을 대상으로 소비지출 양태 및 소비지출에 대한 의식 조사를 진행하였다. 목표는 대학생들의 소비지출 행태와 개인의 소비의식조사이다. 2차 목표로는 한 달 소비지출 수준에 따라 소비지출 양태와 소비의식을 비교하고 성별, 학년별, 거주형태별로 나누어 집단 간 차이 유무를 검토하는 것으로 설정하였다. 대학생들이 한 달에 얼마나 소비하는지, 본인 소비에 대해 어떻게 생각하고 있는지 그리고 주로 어디에 지출을 하는지 알아보고, 그에 따른 대학생 소비 트렌드를 분석하기 위해 설문 조사를 하였다.

### 3. 표본 설계

성별 \ 학년	1학년	2학년	3학년	4학년	합계 (명 비율 %)
남성	30	30	30	30	120 (60%)
여성	20	20	20	20	80 (40%)
합계 (명 비율 %)	50 (25%)	50 (25%)	50 (25%)	50 (25%)	200 (100%)

표 1. 성별, 학년 확률 비례 할당추출법

표본 추출은 할당추출법을 사용하였으며 성별, 학년 확률 비례 할당추출법을 사용하였다. 조사 전체의 신뢰도를 95%, 오차의 한계를  $\pm 0.07$ 로 하여 표본의 크기인 학생 수를 할당할 시 다음과 같은 식 ( $n = 1.96^2 / 4d^2 = 1.96^2 / 4 \times 0.07^2 = 20$ )에 의해 조사대상을 200명으로 결정하였다. 조사 방법은 설문지 조사법(50명)과 온라인 서베이(150명)을 사용하였다.

### 4. 설문 도구

#### 4.1. 설문 도구의 구성

설문은 응답자의 소비지출 수준 및 출처 3문항, 소비지출 의식 7문항, 소비성향 1문항(세부 문항 20문항), 소비지출 분야 9문항, 희망 사항 4문항, 인적사항 6문항의 총

30문항으로 구성되어 있다.

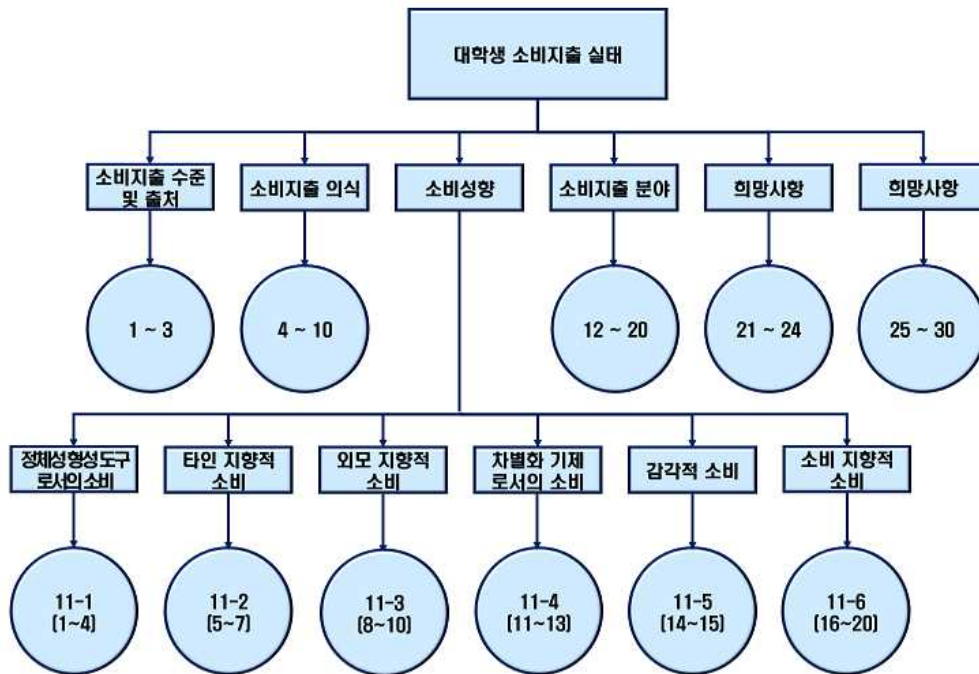


그림 3. 설문항목 구조

#### 4.2. 설문지

## 대학생 소비지출 실태 조사

안녕하십니까?

저희는 고려대학교 응용통계학과에 재학 중인 학생들입니다.

이번에 전공과목인 “서베이실습 캡스톤디자인”을 수강하면서, 사례연구의 일환으로 대학생 소비지출 조사를 실시하게 되었습니다.

본 설문지는 개별 문항으로 구성되어 있으며, 응답에 약 5분 정도 소요될 것입니다. 바쁘시더라도 설문에 정성껏 답해 주셨으면 감사하겠습니다.

귀하의 응답 내용은 연구, 분석을 위한 통계처리만을 위하여 활용될 것이며, 본 조사목적 이외에는 사용되지 않으므로 응답자의 비밀은 철저히 보장됩니다.

고려대학교 응용통계학과

정용곤 남정재 오해성

지도교수: 고려대학교 응용통계학과 최 종 후 교수

### I. 한 달 소비지출 수준

1. 귀하의 한 달 소비지출 수준은 어느 정도입니까? \_\_\_\_

- ① 20만원 미만 ② 20만원 이상 40만원 미만 ③ 40만원 이상 60만원 미만  
④ 60만원 이상 80만원 미만 ⑤ 80만원 이상

2. 귀하의 한 달 소비지출 주요 수단은 무엇입니까? \_\_\_\_

- ① 신용카드/체크카드 ② 현금 ③ 계좌이체 ④ 휴대폰소액결제 ⑤ 기타 (\_\_\_\_)

3. 귀하의 주요 수입 출처는 무엇입니까? (최대 두 개 선택 가능) \_\_\_\_, \_\_\_\_

- ① 부모님 용돈 ② 아르바이트 ③ 장학금 ④ 기타 (\_\_\_\_)

## II. 소비 지출 의식

4. 귀하의 현재 소비지출 수준의 만족도는 어느 정도입니까? \_\_\_\_

- ① 매우 불만족 ② 약간 불만족 ③ 약간 만족 ④ 매우 만족

※ ③, ④라고 대답해 주신 분은 5번 질문을, ①, ②라고 대답해 주신 분은 6번 질문에 답해 주십시오.

5. 귀하의 현재 소비지출 수준에 만족하는 이유는 무엇입니까? \_\_\_\_

- ① 취미 생활이나 여가생활을 부족함 없이 즐길 수 있어서  
② 고정지출에 부담되지 않게 계획적으로 소비할 수 있어서  
③ 고액서비스를 이용하는 데에 부담되지 않아서 (택시, 피부샵 등)  
④ 타인을 위해 소비하는 것에 있어 무리 가지 않아서  
⑤ 급전이 필요할 때 당황하지 않고 지출할 여력이 되어서  
⑥ 기타 : \_\_\_\_\_

6. 귀하의 현재 소비지출 수준에 불만족 하는 이유는 무엇입니까? \_\_\_\_

- ① 취미 생활이나 여가생활을 충분히 즐길 수 없어서  
② 고정지출비용을 제외한 다른 분야에서 예상외의 소비가 부담되어서  
③ 고액서비스를 이용하는 데에 부담되어서 (택시, 피부샵 등)  
④ 타인을 위해 소비하는 것이 부담되어서  
⑤ 급전이 필요할 때 돈을 마련하기가 힘들어서  
⑥ 기타 : \_\_\_\_\_

7. 귀하는 본인의 소비가 합리적인 소비라고 생각하십니까? \_\_\_\_

- ① 네 ② 아니오

8. 귀하는 평소에 과소비하는 편이라고 생각하십니까? \_\_\_\_

- ① 네 ② 아니오

9. 귀하는 멤버십 포인트 또는 마일리지를 어느 정도 이용하십니까? \_\_\_\_

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 거의 그렇지 않다 ③ 약간 그렇다 ④ 매우 그렇다

10. 귀하는 본인 명의의 통장 또는 저축계좌를 직접 관리하십니까? \_\_\_\_

- ① 네 ② 아니오

11. 귀하의 소비성향과 가깝다고 생각되는 정도에 맞게 응답하십시오.

11-1. 정체성 형성 도구로서의 소비

1: 매우 그렇지 않다 / 2: 약간 그렇지 않다 / 3:약간 그렇다 / 4: 매우 그렇다					
①	물건을 구매할 때는 내가 중요한 사람인 것처럼 느껴진다.	1	2	3	4
②	유명상표의 옷을 입어야 자신감이 생긴다.	1	2	3	4
③	비싸고 좋은 물건을 사용하면 그 사람의 사회적 지위가 높아 보인다.	1	2	3	4
④	가깝게 지내는 친구들이 대부분 유명상표의 운동화를 신었거나 옷을 입었을 때 소외감을 느낀다.	1	2	3	4

11-2. 타인 지향적 소비

1: 매우 그렇지 않다 / 2: 약간 그렇지 않다 / 3:약간 그렇다 / 4: 매우 그렇다					
①	어떤 일을 할 때 남들이 어떻게 생각하는지에 신경을 많이 쓴다.	1	2	3	4
②	주위 사람들이 무슨 옷을 입는지 눈여겨본다.	1	2	3	4
③	주변 친구들이 유행하는 물건을 가지고 있으면 나도 따라 사는 경우가 많다.	1	2	3	4

11-3. 외모 지향적 소비

1: 매우 그렇지 않다 / 2: 약간 그렇지 않다 / 3:약간 그렇다 / 4: 매우 그렇다					
①	옷은 편한 것보다 나에게 어울리는 것을 택한다.	1	2	3	4
②	체중과 몸매에 항상 신경을 쓰고 있다.	1	2	3	4
③	아름다워질 수 있다면 성형수술을 하는 것도 괜찮다.	1	2	3	4

11-4. 차별화 기제로서의 소비

1: 매우 그렇지 않다 / 2: 약간 그렇지 않다 / 3:약간 그렇다 / 4: 매우 그렇다					
①	유명 브랜드 제품이 역시 좋다.	1	2	3	4
②	새롭게 눈에 띄는 것이 있으면 즉시 사고 싶다.	1	2	3	4
③	가격이 비싸더라도 외제가 국산보다 낫다.	1	2	3	4

11-5. 감각적 소비

1: 매우 그렇지 않다 / 2: 약간 그렇지 않다 / 3:약간 그렇다 / 4: 매우 그렇다					
①	음식을 택할 때 영양가보다는 맛을 중요시한다	1	2	3	4
②	커피전문점이나 카페는 비싸더라도 고급스럽고 깔끔한 분위기를 보고 가게 된다.	1	2	3	4

11-6. 소비 지향적 소비

1: 매우 그렇지 않다 / 2: 약간 그렇지 않다 / 3:약간 그렇다 / 4: 매우 그렇다					
①	가격이 조금 비싸더라도 소비자는 환경을 덜 오염시키는 상품을 써야 한다.	1	2	3	4
②	나는 근검절약하기보다는 형편이 허락하는 대로 쓰는 것을 좋아한다.	1	2	3	4
③	일회용 용기(종이컵, 은박접시)는 비싸지만 편리하기 때문에 사용해도 좋다.	1	2	3	4
④	경제적인 여유가 있으면 소비를 줄이려고 노력하지 않아도 된다.	1	2	3	4
⑤	꼭 필요한 물건이 아니더라도 많이 가지는 것이 적게 가지는 것보다 바람직하다.	1	2	3	4



### Ⅲ. 소비지출 분야

12. 귀하의 주요 소비지출 분야 중 가장 많이 소비하는 분야를 고르시오. \_\_\_\_

- ① 주거/생활/가전 - 월세, 공과금, 생활필수품, 가전제품, 전자제품, 통신비
- ② 식비/음주 - 식사 및 간식 구입, 가공제품, 식품재료, 음주, 흡연
- ③ 의류/패션/미용 - 옷, 액세서리, 화장품, 헤어 관련
- ④ 교통비 - 대중교통, 자가용 유류비, 차량 유지비
- ⑤ 문화/취미/여가 - 연극, 전시, 영화, 페스티벌, 도서, 음악, 운동, 오락시설
- ⑥ 교육/문구 - 교육비, 교재비, 학원 수강비, 인터넷 강의, 사무용품, 완구류

※ 13~18번 문항은 위 12번에서 선택하신 분야에 해당하는 문항에만 답해 주시기 바랍니다.  
(e.g. ① → 13번)

13. 귀하는 '주거/생활/가전' 분야에서 어떤 항목을 가장 많이 소비합니까? \_\_\_\_

- ① 월세 ② 공과금 ③ 휴대폰 요금 ④ 인터넷 요금 ⑤ 생활필수품 ⑥ 가전제품 ⑦ 전자제품 ⑧ 반려동물용품

14. 귀하는 '식비/음주' 분야에서 어떤 항목을 가장 많이 소비합니까? \_\_\_\_

- ① 식품 재료 ② 외식 ③ 음료/커피/차 ④ 간식 ⑤ 건강식품 ⑥ 음주 ⑦ 흡연

15. 귀하는 '의류/패션/미용' 분야에서 어떤 항목을 가장 많이 소비합니까? \_\_\_\_

- ① 의류 ② 가방/잡화 ③ 신발 ④ 뷰티 ⑤ 헤어

16. 귀하는 '교통비' 분야에서 어떤 항목을 가장 많이 소비합니까? \_\_\_\_

- ① 버스 ② 기차(지하철) ③ 택시 ④ 자가용 유류비 ⑤ 차량 유지비

17. 귀하는 '문화/취미/여가' 분야에서 어떤 항목을 가장 많이 소비합니까? \_\_\_\_

- ① 연극 ② 전시 ③ 영화 ④ 축제 ⑤ 도서/음반(스트리밍) ⑥ 운동 ⑦ 오락시설(PC방, 노래방 등) ⑧ 여행

18. 귀하는 '교육/문구' 분야에서 어떤 항목을 가장 많이 소비합니까? \_\_\_\_

- ① 교육비(e.g. 시험 응시료) ② 교재비 ③ 학원 수강비 ④ 인터넷 강의 ⑤ 사무용품 ⑥ 완구류

19. 귀하는 소비지출을 주로 어떻게 하십니까? \_\_\_\_

- ① 현장 방문 결제 ② 인터넷 쇼핑 ③ 홈쇼핑 ④ 모바일 쇼핑

20. 해당 소비지출 방법을 이용하는 이유는 무엇입니까? \_\_\_\_

- ① 기존에 이용해오던 방식이어서
- ② 접근성이 용이해서
- ③ 지갑을 들고 다니는 것에 불편함을 느껴서
- ④ 다른 소비지출 방법이 신뢰 가지 않아서
- ⑤ 기타 : \_\_\_\_\_

## IV. 희망 사항

21. 우선적으로 소비를 줄이고 싶은 항목을 고르시오.

- ① 주거/생활/가전
- ② 식비/음주
- ③ 의류/패션/미용
- ④ 교통비
- ⑤ 문화/취미/여가
- ⑥ 교육/문구
- ⑦ 기타(e.g. 종교, 의료비 등)

22. 앞으로 소비를 늘리고 싶은 항목을 고르시오.

- ① 주거/생활/가전
- ② 식비/음주
- ③ 의류/패션/미용
- ④ 교통비
- ⑤ 문화/취미/여가
- ⑥ 교육/문구
- ⑦ 기타(e.g. 종교, 의료비 등)

23. 귀하가 원하는 소비지출 수준은 어느 정도입니까? \_\_\_\_

- ① 20만원 미만 ② 20만원 이상 40만원 미만 ③ 40만원 이상 60만원 미만
- ④ 60만원 이상 80만원 미만 ⑤ 80만원 이상

24. 귀하가 생각하기에 대학생들의 소비성향 개선에서 가장 중요한 것은 무엇이라고 생각합니까? \_\_\_\_

- ① 과소비 및 충동구매
- ② 타인을 의식한 명품 브랜드 중심의 소비
- ③ 현재 지향적인 소비
- ④ 자신의 경제적 수준에 맞지 않는 소비
- ⑤ 유행하는 제품을 지나치게 의식하는 소비
- ⑥ 기타 : \_\_\_\_\_

## V. 인적사항

25. 귀하의 성별은? \_\_\_\_

- ① 남자 ② 여자

26. 귀하의 나이는? \_\_\_\_

- ① 20~21 ② 22~23 ③ 24~26 ④ 27~29 ⑤ 30 이상

27. 귀하의 학년은? \_\_\_\_

- ① 1학년 ② 2학년 ③ 3학년 ④ 4학년

28. 귀하의 주거형태는 무엇입니까? \_\_\_\_

- ① 기숙사 ② 자취/하숙 ③ 통학

29. 귀하는 현재 이성 친구가 있습니까? \_\_\_\_

- ① 있다 ② 없다

30. 귀하의 출신 지역은 어디입니까? \_\_\_\_

- ① 서울/인천 ② 경기도 ③ 강원도 ④ 충청도/대전/세종  
⑤ 경상도/부산/대구 ⑥ 전라도/광주 ⑦ 제주도

조사 영역	세부 내용	문항 번호	문항 수
소비지출 수준 및 출처	(기준: 한 달) 소비지출 수준, 소비지출 주요 수단, 주요 수입 출처	1 ~ 3	3
소비지출 의식	소비지출 수준 만족도, 만족/불만족 이유, 합리적인 소비 여부, 과소비 여부, 멤버십 포인트 또는 마일리지 이용 정도, 본인 명의의 통장 또는 저축계좌 관리 여부	4 ~ 10	7
소비성향	정체성 형성 도구로서의 소비	11-1	4
	타인 지향적 소비	11-2	3
	외모 지향적 소비	11-3	3
	차별화 기제로서의 소비	11-4	3
	감각적 소비	11-5	2
	소비 지향적 소비	11-6	5
소비지출 분야	주요 소비지출 분야 조사, 주요 소비지출 세부항목 조사	12 ~ 18	7
	소비지출 방법, 그 방법을 사용하는 이유	19 ~ 20	2
희망 사항	우선적으로 줄이고 싶은 항목, 앞으로 소비하고 싶은 항목, 원하는 소비지출 수준, 대학생 소비습관 문제점	21 ~ 24	4
인적사항	성별, 나이, 학년, 주거형태(기숙사, 자취/하숙, 통학), 이성 친구 유무, 출신 지역	25 ~ 30	6

표 9. 설문 구성

## 5. 코드

### 5.1 코드북 (부록 1 - 코드북)

### 5.2 DATA 형식 (부록 2 - DATA file)

## 6. 분석

빈도분석을 위해 사용한 그래프들은 MS Office Excel 365 프로그램에서 데이터의 빈도를 3차원 원형 그래프와 2차원 세로 막대 그래프를 그려서 더욱 시각적인 효과를 주고자 했다. 통계적인 분석( $\chi^2$ 분석 (카이자승분석), 신뢰도 검토, 점수화, 분산분석, 확증적 인자분석)에서는 SAS 9.4버전의 프로그램을 사용하여 더욱 정확한 분석을 도출해냈다.

### 6.1 빈도분석

#### 6.1.1 소비지출 수준 요약



그림 4. 소비지출수준



그림 5. 소비지출수단, 주요수입 출처

응답자의 소비지출수준은 40만원 이상 60만원 미만이 39%로 가장 많았으며 60만원 이상 80만원 미만이 22%, 80만원 이상은 19%의 비율로 나타났다. 소비지출수단은 응답자의 96%가 신용카드/체크카드를 사용하는 것으로 나타났고, 그 이외의 소비지출 수단은 미비한 비율을 보였다. 주요수입 출처는 부모님 용돈이 51%로 가장 높은 비율을 보였고, 아르바이트가 35%, 장학금 11%의 비율 순으로 나타났다.

#### 6.1.2 소비지출 의식 요약



그림 6. 소비지출수준 만족도



그림 7. 소비지출수준 만족, 불만족 이유

본인의 소비지출수준에 얼마나 만족하느냐는 질문에 약간 만족이 39%, 약간 불만족 37%로 균등한 비율을 나타냈고 그 이외에 매우 만족은 19%, 매우 불만족은 5%의 비율로 나타났다. 소비지출수준 만족 이유로는 취미 생활을 즐길 수 있어서가 48%로 가장 높은 비율을 보였고, 계획적으로 소비할 수 있어서가 24%, 급전을 지출할 여력이 되어서가 20%의 비율로 응답하였다. 지출수준 불만족 이유로는 예상외의 소비가 부담되어서가 41%로 가장 높은 비율을 보였고, 취미 생활을 즐길 수 없어서가 34%의 비율로 응답하였다.

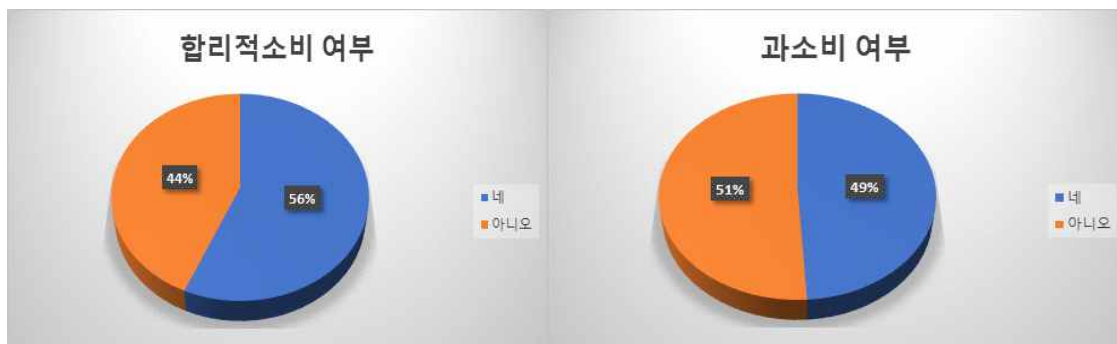


그림 8. 합리적인 소비 여부, 과소비 여부



그림 9. 멤버십 및 마일리지 이용 정도, 개인 통장 직접관리 여부

본인이 현재 합리적인 소비를 하고 있느냐는 질문에 56%가 예라고 응답하였고 본인이 현재 과소비를 하고 있느냐는 질문에 51%가 예라고 응답하였다. 멤버십 및 마일리지 이용 정도는 약간 그렇다는 응답이 36%로 가장 높았고, 거의 그렇지 않다가 25%, 전혀 그렇지 않다가 20%, 매우 그렇다가 19% 순으로 그렇다는 응답과 그렇지 않다는 응답이 균등하게 나타났다. 개인 통장 또는 저축계좌를 직접관리 여부는 85%가 네라고 응답하였다.

### 6.1.3 소비성향별 요약

#### 6.1.3.1 정체성 형성을 위한 도구로서의 소비 요약

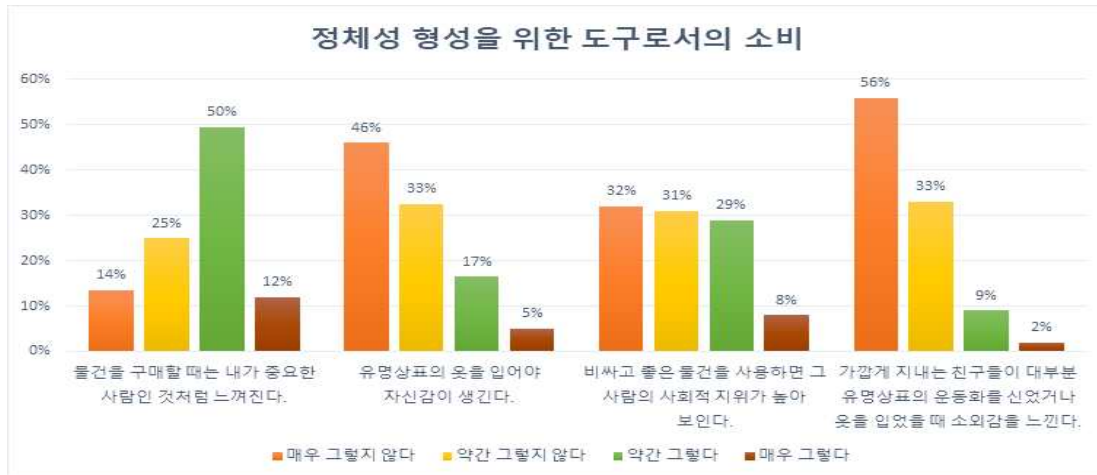


그림 10. 정체성 형성을 위한 도구로서의 소비

물건을 구매할 때는 내가 중요한 사람인 것처럼 느껴진다는 항목에 50%가 약간 그렇다고 응답하였다. 유명상표의 옷을 입어야 자신감이 생긴다는 항목에 46%가 매우 그렇지 않다, 33%가 약간 그렇지 않다고 응답하였다. 비싸고 좋은 물건을 사용하면 그 사람의 사회적 지위가 높아 보인다는 항목에 32%가 매우 그렇지 않다, 31%가 약간 그렇지 않다, 29%가 약간 그렇다고 응답하였다. 가깝게 지내는 친구들이 대부분 유명상표의 운동화를 신었거나 옷을 입었을 때 소외감을 느낀다는 항목에 56%가 매우 그렇지 않다고 응답하였다.

#### 6.1.3.2 타인 지향적 소비 요약



그림 11. 타인 지향적 소비

어떤 일을 할 때 남들이 어떻게 생각하는지에 신경을 많이 쓴다는 항목에 48%가 약간 그렇다고 응답하였다. 주위 사람들이 무슨 옷을 입는지 눈여겨본다는 항목에 45%가 약간 그렇다고 응답하였다. 주변 친구들이 유행하는 물건을 가지고 있으면 나도 따라 사는 경우가 많다는 질문에 43%의 응답자가 매우 그렇지 않다, 37%가 약간 그렇지 않다고 응답하였다.

### 6.1.3.3 외모 지향적 소비 요약



그림 12. 외모 지향적 소비

옷은 편한 것보다 나에게 어울리는 것을 택한다는 항목에 45%가 약간 그렇다고 응답하였다. 체중과 몸매에 항상 신경을 쓰고 있다는 항목에 45%가 약간 그렇다고 응답하였다. 아름다워질 수만 있다면 성형수술을 하는 것도 괜찮다는 항목에 44%가 약간 그렇다고 응답하였다.

### 6.1.3.4 차별화 기제로서의 소비 요약



그림 13 . 차별화 기제로서의 소비

유명한 브랜드 제품이 역시 좋다는 항목에 52%가 약간 그렇다고 응답하였다. 새롭게 눈에 띄는 것이 있으면 즉시 사고 싶다는 항목에 32%가 약간 그렇다, 32%가 약간 그렇지 않다, 29%가 매우 그렇지 않다고 응답하였다. 가격이 비싸더라도 외제가 국산보다 낫다는 항목에 45%가 약간 그렇지 않다, 36%가 매우 그렇지 않다고 응답하였다.

### 6.1.3.5 감각적 소비 요약



그림 14. 감각적 소비

음식을 택할 땐 영양가보다는 맛을 중요시한다는 항목에 51%가 약간 그렇다, 34%가 매우 그렇다고 응답하였다. 커피전문점이나 카페는 비싸더라도 고급스럽고 깔끔한 분위기를 보고 가게 된다는 항목에 34%가 약간 그렇지 않다, 28%가 약간 그렇다, 25%가 매우 그렇지 않다고 응답하였다.

### 6.1.3.6 소비 지향적 소비 요약

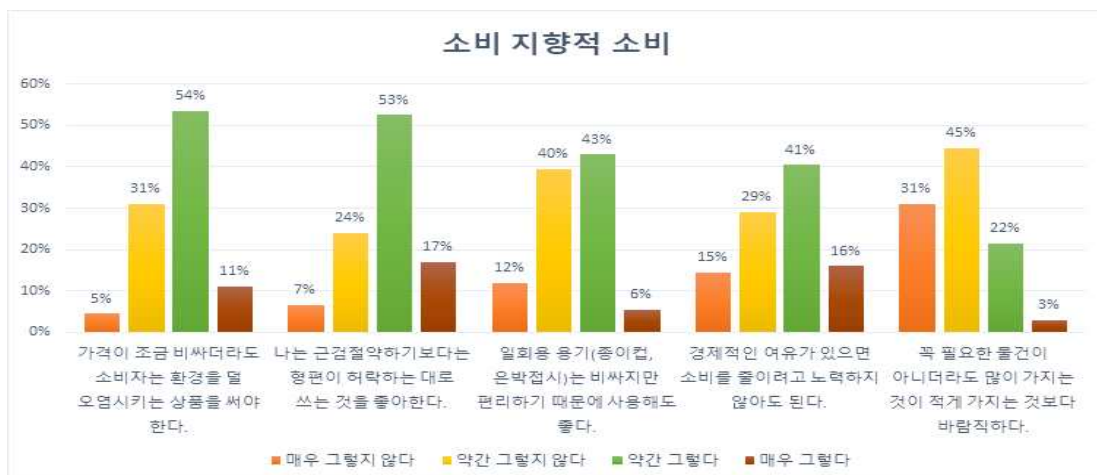


그림 15. 소비 지향적 소비

가격이 조금 비싸더라도 소비자는 환경을 덜 오염시키는 상품을 써야 한다는 항목에 54%가 약간 그렇다, 31%가 약간 그렇지 않다고 응답하였다. 나는 근검절약하기보다는 형편이 허락하는 대로 쓰는 것을 좋아한다는 항목에 53%가 약간 그렇다고 응답하였다. 일회용 용기(종이컵, 은박접시)는 비싸지만 편리하기 때문에 사용해도 좋다는 항목에서 43%가 약간 그렇다, 40%가 약간 그렇지 않다고 응답하였다. 경제적인 여유가 있으면 소비를 줄이려고 노력하지 않아도 된다는 항목에서 41%가 약간 그렇다, 29%가 약간 그렇지 않다고 응답하였다. 꼭 필요한 물건이 아니더라도 많이 가지는 것이 적게 가지는 것보다 바람직하다는 항목에서 45%가 약간 그렇지 않다, 31%가 매우 그렇지 않다고 응답하였다.



#### 6.1.4 소비지출 분야 요약



그림 16. 가장 많이 소비하는 소비 지출 분야, 식비/음주

가장 많이 소비하는 소비지출 분야로 식비/음주가 72%로 가장 높은 비율을 보였고, 의류/패션/미용, 문화/취미/여가가 모두 10%로 두 번째로 높은 비율을 보였다.



그림 17. 의류/패션/미용, 문화/취미/여가

식비/음주를 가장 많이 소비한다고 응답한 145명을 대상으로 실시한 조사이다. 식비/음주 분야에서 가장 많이 소비하는 세부 분야로 외식이 63%로 가장 높은 비율을 보였고, 식품 재료가 18%로 두 번째 높은 비율을 보였다.

의류/패션을 가장 많이 소비한다고 응답한 20명을 대상으로 실시한 조사이다. 의류/패션/미용 분야에서 가장 많이 소비하는 세부 분야로 의류가 85%로 가장 높은 비율을 보였고 뷰티와 신발은 각각 10%, 5%의 비율을 보였다.

문화/취미/여가를 가장 많이 소비한다고 응답한 19명을 대상으로 실시한 조사이다. 의류/패션/미용 분야에서 가장 많이 소비하는 세부 분야로 오락시설이 37%로 가장 높은 비율을 보였고 영화와 운동은 모두 21%의 비율을 보였다.

### 6.1.5 소비지출 희망 사항 요약



그림 18. 가장 소비를 줄이고 싶은 항목, 가장 소비를 늘리고 싶은 항목

가장 소비를 줄이고 싶은 항목으로 식비/음주가 58%로 가장 높은 비율을 보였고, 교통비가 16%로 두 번째로 높은 비율을 보였다. 가장 소비를 늘리고 싶은 항목으로 문화/취미/여가가 52%로 가장 높은 비율을 보였고, 의류/패션/미용이 33%로 두 번째로 높은 비율을 보였다.



그림 19. 희망하는 소비지출수준, 대학생 소비습관 문제점

응답자의 원하는 소비지출 수준으로 60만원 이상 80만원 미만이 29%, 40만원 이상 60만원 미만이 28%의 비율로 응답하였다. 대학생 소비습관의 문제점으로 과소비 및 충동구매가 36%, 자신의 경제적 수준에 맞지 않는 소비가 35%의 비율로 응답하였다.

#### 6.1.6 응답자의 인구특성별 요약

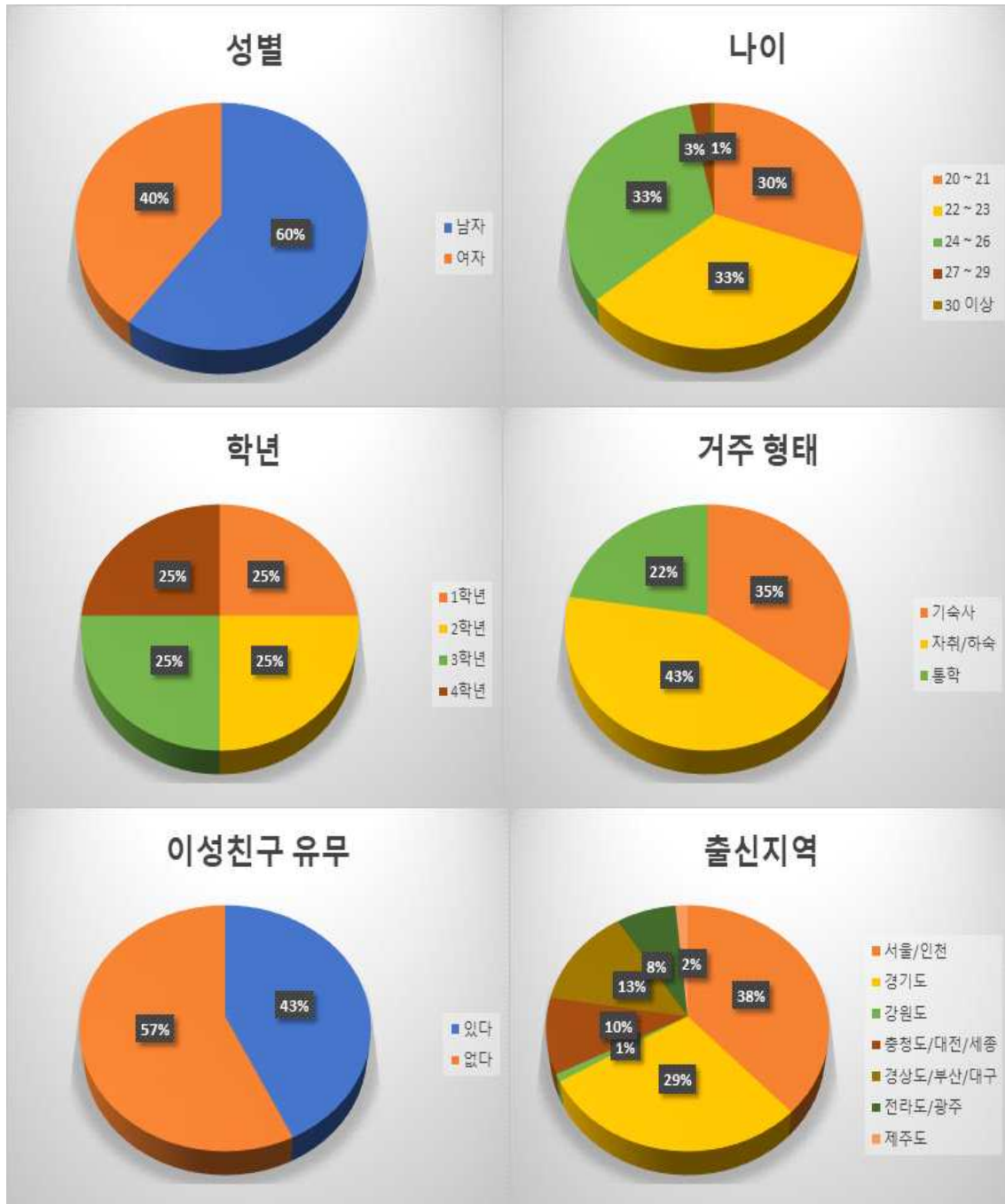


그림 20. 성별, 나이, 학년, 거주형태, 이성 친구 유무, 출신 지역

응답자의 인구특성별 분포를 보면 성별은 남자 60%, 여자 40%로 표집 되었다. 나이는 20~21세 30%, 22~23세 33%, 24~26세 33%, 27~29세 2%, 30세 이상 1%의 비율로 표집 되었으며, 학년은 1학년 25%, 2학년 25%, 3학년 25%, 4학년 25%의 비율로 표집 되었다. 거주형태는 자취/하숙 43%로 가장 많았고, 기숙사 35%, 통학 22%의 비율로 표집 되었다. 이성 친구의 유무는 57%가 없다고 응답하였다. 출신 지역은 서울/인천이 38%, 경기도가 29%, 강원도가 1%, 충청도/대전/세종이 10%, 경상도/부산/대구가 13%, 전라도/광주가 8%, 제주도가 2%의 비율로 표집 되었다.

## 6.2 $\chi^2$ 분석 (카이자승분석)

### 6.2.1 인적속성별 $\chi^2$ 동질성 검정

	문항	Chi-square 동질성 검정에 의한 p값					
		성별	나이	학년	주거	이성 친구	지역
Q1	소비지출수준	0.975	0.671	0.606	0.068	0.001**	0.112
Q2	소비지출수단	0.298	0.000**	0.037*	0.557	0.231	0.000**
Q3	수입 출처	0.083	0.000**	0.156	0.406	0.576	0.236
Q4	소비지출 만족도	0.075	0.019*	0.292	0.361	0.013*	0.225
Q7	합리적 소비 여부	0.352	0.239	0.164	0.069	0.029*	0.111
Q8	과소비 여부	0.356	0.165	0.044*	0.077	0.595	0.249
Q9	마일리지 이용 정도	0.012*	0.261	0.005*	0.437	0.179	0.249
Q19	소비방법	0.044*	0.246	0.158	0.062	0.096	0.158
Q20	소비방법 이유	0.126	0.024*	0.851	0.174	0.071	0.431
Q21	소비감소 희망항목	0.799	0.000**	0.761	0.091	0.492	0.318
Q22	소비증가 희망항목	0.653	0.000**	0.005	0.474	0.429	0.567

표 10. 인구속성별 카이-제곱( $\chi^2$ ) 동질성 검정

\*\* (유의수준 1%에서 유의함)

\* (유의수준 5%에서 유의함)

표 2는 설문지 모든 항목에 대한 인적속성별  $\chi^2$  동질성 검정을 실시한 결과이다. 소비지출 수준에 대한 문항에서는 이성 친구 유무에 따라 차이가 있음을, 소비지출 수단에 대한 문항에서는 나이, 학년 그리고 출신 지역에 따라 차이가 있음을, 수입 출처에 대한 문항에서는 나이에 따라 차이가 있음을 보인다. 본인의 소비지출 수준의 만족도에 대한 문항에서는 나이, 이성 친구 유무에 따라 차이가 있음을 보인다. 본인이 현재 합리적 소비를 하고 있는지에 대한 문항에서는 이성 친구 유무에 따라 차이가 있음을, 본인이 현재 과소비를 하고 있는지에 대한 문항에서는 학년에 따라 차이가 있음을 보인다. 마일리지 및 포인트의 이용 정도에 대한 문항에서는 성별과 학년에 따라 차이가 있음을 보였고, 소비지출의 방법에 관한 문항에서는 성별에 따라 차이가 있음을, 소비지출의 방법에 대한 이유에 관한 문항에서는 나이에 따라 차이가 있음을 알 수 있다. 마지막으로 소비감소 희망항목과 소비증가 희망항목에 대한 문항에서는 모두 나이에 따라 차이가 있음을 알 수 있다.

이에 따라 p-value 값이 0.05 이하인 것들을 대상으로 분석하였으나 표본의 크기가 적고 결측값이 많아 대부분 유의미한 차이가 없었으며, 이중 ‘멤버십 및 마일리지 이용 정도’와 ‘성별’, ‘멤버십 및 마일리지 이용 정도’와 ‘학년’, ‘합리적 소비 여부’와 ‘이성 친구 유무’에 유의미한 차이가 있음을 보고 자세히 분석하였다.

#### 6.2.1.1 성별 멤버십 및 마일리지 이용 정도 응답 비교

빈도 (칼럼 백분율)	남자	여자	합계
매우 그렇지 않다	31 (25.83%)	10 (12.5%)	41
약간 그렇지 않다	33 (27.5%)	17 (21.25%)	50
약간 그렇다	41 (34.17%)	31 (38.75%)	72
매우 그렇다	15 (12.5%)	22 (27.5%)	37
합계	120	80	200

표 11. 멤버십 및 마일리지 이용 정도 \* 성별

다음 표3은 ‘멤버십 및 마일리지 이용 정도’와 ‘성별’을 분석한 결과입니다. 남자의 경우 ‘멤버십 및 마일리지 이용 정도’를 묻는 문항에 매우 그렇지 않다, 약간 그렇지 않다고 응답한 사람이 약 53.33%의 비율을 나타냈다. 여자의 경우 약간 그렇다, 매우 그렇다고 응답한 사람이 66.25%의 비율을 나타냈다. 이를 통해 ‘성별’에 따라 ‘멤버십 및 마일리지 이용 정도’에 차이가 있음을 알 수 있다.

#### 6.2.1.2 학년별 멤버십 및 마일리지 이용 정도 응답 비교

빈도 (칼럼 백분율)	1학년	2학년	3학년	4학년	합계
매우 그렇지 않다	14 (28%)	9 (18%)	10 (20%)	8 (16%)	41
약간 그렇지 않다	14 (28%)	15 (30%)	16 (32%)	5 (10%)	50
약간 그렇다	12 (24%)	18 (36%)	22 (44%)	20 (40%)	72
매우 그렇다	10 (20%)	8 (16%)	2 (4%)	17 (34%)	37
합계	50	50	50	50	200

표 12 멤버십 및 마일리지 이용 정도 \* 학년

다음 표4는 ‘멤버십 및 마일리지 이용 정도’와 ‘학년’을 분석한 결과입니다. 저학년(1, 2학년)은 약간 그렇지 않다가 각각 28%, 30%로 저학년과 고학년은 마일리지 이용 정도의 차이가 있음을 알 수 있다. 이를 통해 ‘학년’에 따라 ‘멤버십 및 마일리지 이용 정도’에 차이가 있음을 알 수 있다.

#### 6.2.1.3 이성 친구 유무에 따른 합리적 소비 여부 응답 비교

빈도 (칼럼 백분율)	이성 친구 있다	이성 친구 없다	합계
합리적 소비 O	41 (47.67%)	72 (63.16%)	113
합리적 소비 X	45 (52.33%)	42 (36.84%)	87
합계	86	114	200

표 13. 합리적 소비 여부 \* 이성 친구 유무

다음 표5는 ‘합리적 소비의 여부’와 ‘이성 친구 유무’를 분석한 결과입니다. 이성 친구가 있다는 응답자는 합리적 소비를 하지 않는다고 52.33%가 응답하였고, 이성 친구가 없다는 응답자는 합리적 소비를 한다고 63.16%가 응답하였다. 이를 통해 ‘이성 친구 유무’에 따라 ‘합리적 소비의 여부’에 차이가 있음을 알 수 있다.

### 6.3. 신뢰도 검토

#### 6.3.1. 소비지출 성향 정도

소비지출 성향 정도는 하나의 잠재변인(Latent Variable)으로서 이는 설문에서 고려한 측정 가능변수(Manifested Variable)로 측정된다. 이때 여기서 고려하는 측정 가능변수는 정체성 형성 도구로서의 소비, 타인 지향적 소비, 외모 지향적 소비, 차별화 기제로서의 소비, 감각적 소비, 소비 지향적 소비가 있다. 이때 정체성 형성 도구로서의 소비는 자기중심적 심리, 유명상표, 사회적 지위, 소외감을 토대로, 타인 지향적 소비는 주변 시선 의식, 주위 사람 스타일, 유행하는 물건을 토대로, 외모 지향적 소비는 어울림, 체중과 몸매, 성형수술을 토대로, 차별화 기제로서의 소비는 유명브랜드, 신상품, 외제선호도를 토대로, 감각적 소비는 미적 중요도, 분위기를 토대로, 소비 지향적 소비는 친환경도, 근검절약, 일회용 용기, 경제적 여유, 라이프 스타일을 토대로 이 모두는 리커트(Likert) 4점 척도로써 측정된다. 따라서 측정가능변인에 의한 소비지출 성향 정도의 점수화에 앞서 이들의 내적 일관성을 검토하는 신뢰도 검토를 시도한다. 신뢰도 검토는 Cronbach's  $\alpha$  계수에 의한다.

#### 6.3.2. 소비지출 성향 정도에 대한 신뢰도 검토

##### 6.3.2.1 정체성 형성 도구로서의 소비지출 성향 정도

피어슨 상관 계수, N = 200 H0: Rho=0 가정하에서 Prob >  r				
	C1_1	C1_2	C1_3	C1_4
<b>C1_1</b> 자기중심적 심리	1.00000	0.24341 0.0005	0.09909 0.1627	0.12981 0.0669
<b>C1_2</b> 유명상표	0.24341 0.0005	1.00000	0.60204 <.0001	0.45216 <.0001
<b>C1_3</b> 사회적 지위	0.09909 0.1627	0.60204 <.0001	1.00000	0.41942 <.0001
<b>C1_4</b> 소외감	0.12981 0.0669	0.45216 <.0001	0.41942 <.0001	1.00000

그림 21. C1\_1(자기중심적 심리)부터 C1\_4(소외감)까지의 피어슨 상관계수



## SAS 시스템

### CORR 프로시저

4 개의 변수: C1\_1 C1\_2 C1\_3 C1\_4

크론바흐의 $\alpha$ 계수	
변수	$\alpha$ 계수
원데이터	0.656913
표준화	0.657531

변수를 제외했을 때의 크론바흐의 $\alpha$ 계수					
제외한 변수	데이터 변수		표준화된 변수		레이블
	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	
C1_1	0.192678	0.743195	0.193671	0.743348	자기중심적 심리
C1_2	0.633017	0.441757	0.626009	0.452669	유명상표
C1_3	0.518475	0.528392	0.519601	0.532415	사회적 지위
C1_4	0.456659	0.583233	0.452887	0.579581	소외감

그림 22. C1\_1(자기중심적 심리)부터 C1\_4(소외감)까지의 Chonbach's  $\alpha$  계수

정체성 형성 도구로서의 소비지출 성향 정도에 대한 신뢰도를 검정하기 위해 크론바흐 알파 계수의 값을 구한 결과 0.656913의 만족할 만한 신뢰도를 보여준다. 이는 '정체성 형성 도구로서의 소비지출 성향 정도'라는 하나의 개념을 측정하는 변수로써 위의 4가지 변수가 적절하다고 할 수 있다.

#### 6.3.2.2 타인 지향적 소비지출 성향 정도

피어슨 상관 계수, N = 200 H0: Rho=0 가정하에서 Prob >  r			
	C2_1	C2_2	C2_3
C2_1 주변시선의식	1.00000	0.36208 <.0001	0.32829 <.0001
C2_2 주위사람 스타일	0.36208 <.0001	1.00000	0.36611 <.0001
C2_3 유행하는 물건	0.32829 <.0001	0.36611 <.0001	1.00000

그림 23. C2\_1(주변시선의식)부터 C2\_3(유행하는 물건)까지의 피어슨 상관계수

## SAS 시스템

### CORR 프로시저

3 개의 변수: C2\_1 C2\_2 C2\_3

크론바흐의 $\alpha$ 계수	
변수	$\alpha$ 계수
원데이터	0.619472
표준화	0.619884

변수를 제외했을 때의 크론바흐의 $\alpha$ 계수					
제외한 변수	데이터 변수		표준화된 변수		레이블
	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	
C2_1	0.418476	0.533750	0.417661	0.535990	주변시선의식
C2_2	0.446640	0.493860	0.446768	0.494306	주위사람 스타일
C2_3	0.421303	0.530999	0.420722	0.531655	유행하는 물건

그림 24. C2\_1(주변시선의식)부터 C2\_3(유행하는 물건)까지의 Cronbach's  $\alpha$  계수

타인 지향적 소비지출 성향 정도에 대한 신뢰도를 검정하기 위해 크론바흐 알파 계수의 값을 구한 결과 0.619472로 만족할 만한 신뢰도를 보여준다. 이는 '타인 지향적 소비지출 성향 정도'라는 하나의 개념을 측정하는 변수로써 위의 3가지 변수가 적절하다고 할 수 있다.

#### 6.3.2.3 외모 지향적 소비지출 성향 정도

피어슨 상관 계수, N = 200 H0: Rho=0 가정하에서 Prob >  r			
	C3_1	C3_2	C3_3
<b>C3_1</b> 어울림	1.00000	0.44120 <.0001	0.19588 0.0054
<b>C3_2</b> 체중과 몸매	0.44120 <.0001	1.00000	0.25713 0.0002
<b>C3_3</b> 성형수술	0.19588 0.0054	0.25713 0.0002	1.00000

그림 25. C3\_1(어울림)부터 C3\_3(성형수술)까지의 피어슨 상관계수



## SAS 시스템

### CORR 프로시저

3 개의 변수: C3\_1 C3\_2 C3\_3

크론바흐의 $\alpha$ 계수	
변수	$\alpha$ 계수
원데이터	0.556117
표준화	0.560234

변수를 제외했을 때의 크론바흐의 $\alpha$ 계수					
제외한 변수	데이터 변수		표준화된 변수		레이블
	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	
C3_1	0.399828	0.408976	0.401780	0.409078	어울림
C3_2	0.444168	0.325759	0.451550	0.327587	체중과 몸매
C3_3	0.268357	0.610523	0.266827	0.612270	성형수술

그림 26. C3\_1(어울림)부터 C3\_3(성형수술)까지의 Cronbach's  $\alpha$  계수

외모 지향적 소비지출 성향 정도에 대한 신뢰도를 검정하기 위해 크론바흐 알파 계수의 값을 구한 결과 0.556117의 신뢰도를 보여준다. 하지만 변수 c3\_3(성형수술)을 제거하면 크론바흐 알파 계수의 값이 0.610523으로 전보다 증가함을 알 수 있었기에 이 변수를 제거하였다.

피어슨 상관 계수, N = 200 H0: Rho=0 가정하에서 Prob >  r		
	C3_1	C3_2
C3_1 어울림	1.00000	0.44120 <.0001
C3_2 체중과 몸매	0.44120 <.0001	1.00000

그림 27. C3\_3(성형수술) 변수를 제거한 피어슨 상관계수

## SAS 시스템

### CORR 프로시저

2 개의 변수: C3\_1 C3\_2

크론바흐의 $\alpha$ 계수	
변수	$\alpha$ 계수
원데이터	0.610523
표준화	0.612270

변수를 제외했을 때의 크론바흐의 $\alpha$ 계수					
제외한 변수	데이터 변수		표준화된 변수		레이블
	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	
C3_1	0.441203	.	0.441203	.	어울림
C3_2	0.441203	.	0.441203	.	체중과 몸매

그림 28. C3\_3(성형수술) 변수를 제거한 Cronbach's  $\alpha$  계수

c3\_3(성형수술) 변수를 제거한 크론바흐 알파 계수의 값을 구한 결과 0.610523으로 만족할 만한 신뢰도를 보여준다. 이는 '외모 지향적 소비지출 성향 정도'라는 하나의 개념을 측정하는 변수로써 위의 2가지 변수가 적절하다고 할 수 있다.

#### 6.3.2.4 소비 지향적 소비지출 성향 정도

피어슨 상관 계수, N = 200 H0: Rho=0 가정하에서 Prob >  r					
	C6_1	C6_2	C6_3	C6_4	C6_5
C6_1 친환경도	1.00000	-0.04911 0.4898	-0.19552 0.0055	-0.06299 0.3756	0.06047 0.3950
C6_2 근검절약	-0.04911 0.4898	1.00000	0.23548 0.0008	0.29455 <.0001	0.24024 0.0006
C6_3 일회용 용기	-0.19552 0.0055	0.23548 0.0008	1.00000	0.36722 <.0001	0.26643 0.0001
C6_4 경제적 여유	-0.06299 0.3756	0.29455 <.0001	0.36722 <.0001	1.00000	0.28369 <.0001
C6_5 라이프 스타일	0.06047 0.3950	0.24024 0.0006	0.26643 0.0001	0.28369 <.0001	1.00000

그림 29. C6\_1(친환경도)부터 C6\_5(라이프 스타일)까지의 피어슨 상관계수

## SAS 시스템

### CORR 프로시저

5 개의 변수: C6\_1 C6\_2 C6\_3 C6\_4 C6\_5

#### 크론바흐의 $\alpha$ 계수

변수	$\alpha$ 계수
원데이터	0.479224
표준화	0.456945

#### 변수를 제외했을 때의 크론바흐의 $\alpha$ 계수

제외한 변수	데이터 변수		표준화된 변수		레이블
	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	
C6_1	-.088954	0.610598	-.091008	0.610191	친환경도
C6_2	0.319862	0.380887	0.309232	0.352690	근검절약
C6_3	0.310336	0.388963	0.286350	0.369543	일회용 용기
C6_4	0.396807	0.309582	0.390156	0.290845	경제적 여유
C6_5	0.376047	0.339780	0.373863	0.303582	라이프 스타일

그림 30. C6\_1(친환경도)부터 C6\_5(라이프 스타일)까지의 Cronbach's  $\alpha$  계수

소비 지향적 소비지출 성향 정도에 대한 신뢰도를 검정하기 위해 크론바흐 알파 계수의 값을 구한 결과 0.479224의 신뢰도를 보여준다. 하지만 변수 c6\_1(친환경도)을 제거하면 크론바흐 알파 계수의 값이 0.610598로 전보다 증가함을 알 수 있었기에 이 변수를 제거하였다.

#### 피어슨 상관 계수, N = 200 H0: Rho=0 가정하에서 Prob > |r|

	C6_2	C6_3	C6_4	C6_5
C6_2 근검절약	1.00000	0.23548 0.0008	0.29455 <.0001	0.24024 0.0006
C6_3 일회용 용기	0.23548 0.0008	1.00000	0.36722 <.0001	0.26643 0.0001
C6_4 경제적 여유	0.29455 <.0001	0.36722 <.0001	1.00000	0.28369 <.0001
C6_5 라이프 스타일	0.24024 0.0006	0.26643 0.0001	0.28369 <.0001	1.00000

그림 31. C6\_1(친환경도) 변수를 제거한 피어슨 상관계수

## SAS 시스템

### CORR 프로시저

4 개의 변수: C6\_2 C6\_3 C6\_4 C6\_5

크론바흐의 $\alpha$ 계수	
변수	$\alpha$ 계수
원데이터	0.610598
표준화	0.610191

변수를 제외했을 때의 크론바흐의 $\alpha$ 계수					
제외한 변수	데이터 변수		표준화된 변수		레이블
	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	합계에 대한 상관 계수	$\alpha$ 계수	
C6_2	0.352398	0.567577	0.350314	0.569226	근검절약
C6_3	0.408199	0.528884	0.403614	0.529538	일회용 용기
C6_4	0.445563	0.496314	0.446475	0.496498	경제적 여유
C6_5	0.361158	0.561506	0.360957	0.561424	라이프 스타일

그림 32. C6\_1(친환경도) 변수를 제거한 Cronbach's  $\alpha$ 계수

c6\_1(친환경도) 변수를 제거한 크론바흐 알파 계수의 값을 구한 결과 0.610598로 만족할 만한 신뢰도를 보여준다. 이는 '소비 지향적 소비지출 성향 정도'라는 하나의 개념을 측정하는 변수로써 위의 4가지 변수가 적절하다고 할 수 있다.

## 6.4 점수화

인자 점수(Factor scores)란 각 표본의 변수별 응답들 인자들의 선형조합에 대입하여 계산된 값이다. 표본이나 변수들을 비교할 수 있는 척도(Scaling)의 개발을 원할 때 인자 점수를 이용하면 인자별로 변수들의 가중치를 달리 해주기 때문에 자동으로 이러한 문제가 해결되어 적절한 가중치를 가진 새로운 표준화된 척도를 만들 수 있다. 변수들을 비교할 수 있는 척도로써 산술평균과 인자 점수 중 어떠한 것을 사용할지 결정하기 위해 각 문항을 같은 비율을 매겨서 계산한 산술평균과 인자 점수를 회귀분석을 시행해 보았다.

The REG Procedure  
Model: MODEL1  
Dependent Variable: MEAN1

Number of Observations Read200

Number of Observations Used200

Analysis of Variance

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	1	71.36227	71.36227	5797.01	<.0001
Error	198	2.43741	0.01231		
Corrected Total	199	73.79969			

Root MSE0.11095

R-Square0.9670

Dependent Mean2.02625

Adj R-Sq0.9668

Coeff Var5.47569

The REG Procedure  
Model: MODEL1  
Dependent Variable: MEAN2

Number of Observations Read200

Number of Observations Used200

Analysis of Variance

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	1	84.72298	84.72298	523932	<.0001
Error	198	0.03202	0.00016171		
Corrected Total	199	84.75500			

Root MSE0.01272

R-Square0.9996

Dependent Mean2.29833

Adj R-Sq0.9996

Coeff Var0.55329

Parameter Estimates

Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr >  t
Intercept	1	2.02625	0.00785	258.27	<.0001
Factor1	1	0.59884	0.00787	76.14	<.0001

Parameter Estimates

Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr >  t
Intercept	1	2.29833	0.00089918	2556.02	<.0001
factor2	1	0.65249	0.00090144	723.83	<.0001

그림 33. '정체성 형성 도구', '타인 지향성' 점수화 과정

The REG Procedure  
Model: MODEL1  
Dependent Variable: MEAN3

Number of Observations Read200

Number of Observations Used200

Analysis of Variance

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	1	112.87868	112.87868	248135	<.0001
Error	198	0.09007	0.00045491		
Corrected Total	199	112.96875			

Root MSE0.02133

R-Square0.9992

Dependent Mean2.83750

Adj R-Sq0.9992

Coeff Var0.75167

Parameter Estimates

Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr >  t
Intercept	1	2.83750	0.00151	1881.44	<.0001
factor3	1	0.75315	0.00151	498.13	<.0001

The REG Procedure  
Model: MODEL1  
Dependent Variable: MEAN6

Number of Observations Read200

Number of Observations Used200

Analysis of Variance

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	1	62.68029	62.68029	185508	<.0001
Error	198	0.06690	0.00033788		
Corrected Total	199	62.74719			

Root MSE0.01838

R-Square0.9989

Dependent Mean2.44125

Adj R-Sq0.9989

Coeff Var0.75296

Parameter Estimates

Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr >  t
Intercept	1	2.44125	0.00130	1878.21	<.0001
factor6	1	0.56123	0.00130	430.71	<.0001

그림 34. '외모 지향성', '소비 지향성' 점수화 과정

선형모형(Linear model) [회귀분석, 분산분석, 공분산분석]에서 등장하는 제반 검정통계량은 선형변환에 불변(invariant)한다고 알려졌다. 각 개념에 맞게 선정한 문항들로 구성된 두 개의 값 중 산술평균값을 종속변수로, 인자 점수를 설명변수로 하는 회귀분석에서 결정계수인 R의 자승 값이 1에 가까운 것이 확인되었다.

‘정체성 형성 도구’ 개념의 측정을 위한 척도로써 산술평균과 인자 점수의  $R^2=0.9670$ , ‘타인 지향성’ 개념의 측정을 위한 척도로써 산술평균과 인자 점수의  $R^2=0.9996$ , ‘외모 지향성’ 개념의 측정을 위한 척도로써 산술평균과 인자 점수의  $R^2=0.9992$ , ‘소비 지향성’ 개념의 측정을 위한 척도로써 산술평균과 인자 점수의  $R^2=0.9989$ 가 나왔다. 이는 0부터 1 사이의 값을 가지는  $R^2$ 에서 1에 매우 가깝게 수치가 나왔고 이는 두 변수(산술평균, 인자 점수) 사이의 선형성이 매우 크다는 것을 알려준다.

그러므로 두 값이 앞으로의 하위개념에 대한 점수로 산술평균과 인자 점수가 같은 검정통계량을 가진다고 해석할 수 있으므로 이후의 분석에서는 하위개념의 점수로 산술평균값을 사용하는 것으로 결정하였다.

## 6.5 분산분석

Dependent Variable: MEAN6					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	1	0.81031225	0.81031225	2.59	0.1091
Error	198	61.93687525	0.31281250		
Corrected Total	199	62.74718750			

분산분석결과 F-value는 2.59이고, 유의확률 p-value는 [0.1091]로 유의수준 0.1에서 어느 정도 수용할만한 결과가 나왔다. 따라서 ‘이성 친구 유무’에 따른 ‘소비 지향성’은 유의한 차이가 있음을 알 수 있다.

## 6.6 확증적 인자분석

인자분석(Factor Analysis)이란 여러 개의 변수가 서로 어떻게 연결되어 있는가를 분석하여 이들 변수 간의 관계를 공동 인자 (내재적 차원)을 이용하여 설명하는 다변량 분석기법이다. 이러한 분석법은 변수를 종속변수와 독립변수로 분리하지 않고 변수 전체를 대상으로 어떤 변수들끼리 서로 같은 분산의 구조로 되어 있느냐를 살펴보고 이를 인자로 분류하는 상호의존적 분석기법(Interdependence method)이다. 인자분석의 종류로는 탐색적 인자분석과 확증적 인자분석이 있는데 이번 분석에서는 확증적 인자분석(Confirmatory factor analysis)방법을 이용할 것이다. 확증적 인자분석이란 변수 간의 기존관계를 가설로 설정하고 인자분석을 이용하여 그 관계가 성립됨을 실증하는 데 이용된다면 이는 확증적 목적이라고 할 수 있다.

인자분석에서는 다음과 같은 용어들을 사용한다. 공통성(Communality)이란 공통변량, 공통분산치 또는 공통인자분산이라고도 하는데 이는 인자들로서 설명되는 각 변수의 분산을 백분율로 나타낸 것이기에 공통변량을 관찰함으로써 인자들에 의해 설명되는 각 변수의 분산 양을 알 수 있다. 고유치(Eigenvalue)란 각각의 인자로 설명할 수 있는 변수들의 분산을

나타내 주는 값으로 이는 상대적인 인자의 중요성을 알려준다. 인자의 수를 지정할 때 보통 고유치가 1 이상인 것들을 채택하는 방법이 많이 사용된다. 인자 형태행렬(Factor Pattern)이란 열은 인자를, 행은 변수를 나타냈을 때 그 계수는 각각 관찰된 변수들을 도출된 인자들의 선형조합으로 나타내었을 때의 회귀가중치이다. 인자형태행렬의 계수는 회귀분석에서 기울기를 해석할 때와 같이 각 변수가 해당 인자에 미치는 개별 영향력으로 해석하면 된다.

신뢰도 검토를 통해 각 개념에 대해서 리커트 4점 척도로의 문항들로 구성된 각 개념의 인자 구조가 적합한가를 확인하기 위하여 확증적 인자분석을 실시하였다. 이러한 변인들을 측정하기 위해 사용된 타당성 검증이 요구되므로 확증적 인자분석의 결과를 살펴보고자 한다. 각 인자의 문항들은 신뢰도 검토 결과를 원칙으로 각 구성개념을 잘 설명할 수 있다고 판단된 문항들을 선별했다. 즉 정체성 형성의 문항으로는 4문항, 타인 지향성은 3문항, 외모 지향성은 2문항, 소비 지향성은 4문항으로 선별했다. 그 후 각 최초인자의 추출 방법으로는 Principal Components 방식을 사용하였다. 각 확증적 인자분석의 결론에 대해서는 인자의 수가 1개라서 다른 회전방법을 사용하지 않은 인자행렬에 근거한다.

#### 6.6.1 확증적 인자분석 결과

개념 (인자)	문항 번호	문항 내용	Factor Score	Communality
정체성 형성 (4문항)	11-1①	물건을 구매할 때는 내가 중요한 사람인 것처럼 느껴진다.	0.34538	0.11928710
	11-1②	유명상표의 옷을 입어야 자신감이 생긴다.	0.86791	0.75326475
	11-1③	비싸고 좋은 물건을 사용하면 그 사람의 사회적 지위가 높아 보인다.	0.86357	0.74574769
	11-1④	가깝게 지내는 친구들이 대부분 유명상표의 운동화를 신었거나 옷을 입었을 때 소외감을 느낀다.	0.64449	0.41536459
타인 지향성 (3문항)	11-2①	어떤 일을 할 때 남들이 어떻게 생각하는지에 신경을 많이 쓴다.	0.73626	0.54208410
	11-2②	주위 사람들이 무슨 옷을 입는지 눈여겨본다.	0.81664	0.66689986
	11-2③	주변 친구들이 유행하는 물건을 가지고 있으면 나도 따라 사는 경우가 많다.	0.69850	0.48790039
외모 지향성 (2문항)	11-3①	옷은 편한 것보다 나에게 어울리는 것을 택한다.	0.89343	0.63568293
	11-3②	체중과 몸매에 항상 신경을 쓰고 있다.	0.79730	0.79822251
소비 지향성 (4문항)	11-6②	나는 근검절약하기보다는 형편이 허락하는 대로 쓰는 것을 좋아한다.	0.59329	0.35199665
	11-6③	일회용 용기(종이컵, 은박접시)는 비싸지만 편리하기 때문에 사용해도 좋다.	0.64707	0.41870360
	11-6④	경제적인 여유가 있으면 소비를 줄이려고 노력하지 않아도 된다.	0.82722	0.68429008
	11-6⑤	꼭 필요한 물건이 아니더라도 많이 가지는 것이 적게 가지는 것보다 바람직하다.	0.60630	0.36760060



### 6.6.2 확증적 인자분석 [정체성 형성 도구]

Eigenvalues of the Covariance Matrix: Total = 3.01022613 Average = 0.75255653					Factor Pattern		
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative			Factor1
1	1.59761136	0.87572423	0.5307	0.5307	C1_2	유명상표	0.86791
2	0.72188713	0.34230149	0.2398	0.7705	C1_3	사회적 지위	0.86357
3	0.37958564	0.06844365	0.1261	0.8966	C1_4	소외감	0.64449
4	0.31114199		0.1034	1.0000	C1_1	자기중심적 심리	0.34538

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

그림 36. '정체성 형성 도구'에 대한 확증적 인자분석 결과

'정체성 형성 도구'라는 개념에 대해 확증적 인자분석을 실시한 결과이다. 출력결과를 보면 인자가 1개 추출되는 것이 적절함을 알 수 있다. 하나의 인자에 의한 분산/공분산 설명력은 53.07%이다. '정체성 형성 도구'에 적재가 큰 변수는 순서대로 '유명상표', '사회적 지위', '소외감', '자기중심적 심리'이다.

Final Communality Estimates and Variable Weights		
Total Communality: Weighted = 1.597611 Unweighted = 2.033664		
Variable	Communality	Weight
C1_1	0.11928710	0.75376884
C1_2	0.75326475	0.79092965
C1_3	0.74574769	0.91768844
C1_4	0.41536459	0.54783920

그림 37. '정체성 형성 도구' 공통성 수치

인자에 대한 각 문항의 공통성(Communality) 수치를 보면 C1\_2, C1\_3이 각각 0.7533, 0.7457로 매우 큰 것을 볼 수 있다. 따라서 '정체성 형성 도구'라는 개념이 설문항목 C1\_2, C1\_3을 0.7533, 0.7457만큼 설명한다고 해석할 수 있다.

### 6.6.3 확증적 인자분석 [타인 지향성]

Eigenvalues of the Covariance Matrix: Total = 2.25012563 Average = 0.75004188					Factor Pattern		
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative			Factor1
1	1.28737693	0.78757778	0.5721	0.5721	C2_2	주위사람 스타일	0.81664
2	0.49979916	0.03684961	0.2221	0.7943	C2_1	주변시선의식	0.73626
3	0.46294954		0.2057	1.0000	C2_3	유행하는 물건	0.69850

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

그림 38. '타인 지향성'에 대한 확증적 인자분석 결과

'타인 지향성'이라는 개념에 대해 확증적 인자분석을 실시한 결과이다. 출력결과를 보면 인자가 1개 추출되는 것이 적절함을 알 수 있다. 하나의 인자에 의한 분산/공분산 설명력은 57.21%이다. '타인 지향성'에 적재가 큰 변수는 순서대로 '주위 사람 스타일', '주변 시선 의식', '유행하는 물건'이다.

Final Communality Estimates and Variable Weights		
Total Communality: Weighted = 1.287377 Unweighted = 1.696884		
Variable	Communality	Weight
C2_1	0.54208410	0.74268844
C2_2	0.66689986	0.83407035
C2_3	0.48790039	0.67336683

그림 39. '타인 지향성' 공통성 수치

인자에 대한 각 문항의 공통성(Communality) 수치를 보면 C2\_1, C2\_2, C2\_3이 각각 0.5421, 0.6669, 0.4879로 나타난다. 따라서 '타인 지향성' 개념이 설문항목 C2\_1, C2\_2, C2\_3을 각각 0.5421, 0.6669, 0.4879만큼 설명한다고 해석할 수 있다.



#### 6.6.4 확증적 인자분석 [외모 지향성]

Eigenvalues of the Covariance Matrix: Total = 1.57756281 Average = 0.78878141					Factor Pattern		
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative			Factor1
1	1.14264646	0.70773011	0.7243	0.7243			
2	0.43491635		0.2757	1.0000	C3_2	체중과 몸매	0.89343
					C3_1	머물림	0.79730

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

그림 40. '외모 지향성'에 대한 확증적 인자분석 결과

'외모 지향성' 개념에 대해 확증적 인자분석을 실시한 결과이다. 출력결과를 보면 인자가 1개 추출되는 것이 적절함을 알 수 있다. 하나의 인자에 의한 분산/공분산 설명력은 72.43%이다.

Final Communalities Estimates and Variable Weights		
Total Communality: Weighted = 1.142646 Unweighted = 1.433905		
Variable	Communality	Weight
C3_1	0.63568293	0.71736181
C3_2	0.79822251	0.86020101

그림 41. '외모 지향성' 공통성 수치

인자에 대한 각 문항의 공통성(Communality) 수치를 보면 C3\_1, C3\_2가 각각 0.6357, 0.7982이다. 따라서 '외모 지향성' 개념이 설문항목 C3\_1, C3\_2를 0.6357, 0.7982만큼 설명한다고 해석할 수 있다.

#### 6.6.5 확증적 인자분석 [소비 지향성]

Eigenvalues of the Covariance Matrix: Total = 2.73464824 Average = 0.68366206					Factor Pattern		
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative			Factor1
1	1.29755019	0.77383862	0.4745	0.4745			
2	0.52371157	0.03563785	0.1915	0.6660	C6_4	경제적 여유	0.82722
3	0.48807372	0.06276095	0.1785	0.8445	C6_3	일회용 용기	0.64707
4	0.42531277		0.1555	1.0000	C6_5	라이프 스타일	0.60630
					C6_2	근검절약	0.59329

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

그림 42. '소비 지향성'에 대한 확증적 인자분석 결과

'소비 지향성' 개념에 대해 확증적 인자분석을 실시한 결과이다. 출력결과를 보면 인자가 1개 추출되는 것이 적절함을 알 수 있다. 하나의 인자에 의한 분산/공분산 설명력은 47.45%이다. '소비 지향성'에 적재가 큰 변수는 순서대로 '경제적 여유', '일회용 용기', '라이프 스타일', '근검절약'이다.

Final Communalities Estimates and Variable Weights		
Total Communality: Weighted = 1.297550 Unweighted = 1.822591		
Variable	Communality	Weight
C6_2	0.35199665	0.63316583
C6_3	0.41870360	0.59658291
C6_4	0.68429008	0.85788945
C6_5	0.36760060	0.64701005

그림 43. '소비 지향성' 공통성 수치

인자에 대한 각 문항의 공통성(Communality) 수치를 보면 C6\_2, C6\_3, C6\_4, C6\_5가 각각 0.3520, 0.4187, 0.6843, 0.3676임을 알 수 있다. 따라서 '소비 지향성' 개념이 설문항목 C6\_2, C6\_3, C6\_4, C6\_5를 각각 0.3520, 0.4187, 0.6843, 0.3676만큼 설명한다고 해석할 수 있다.

## 7. 결론 및 반성

대학생 소비지출 실태 조사를 한 결과는 다음과 같다.

첫째, 빈도분석에서 총 응답자 200명 중에 소비지출수준에서 가장 높은 비율을 차지한 범위는 '40만원 이상 60만원 이하'로 총 39% 비율을 표집하고 있다. 응답자의 합리적 소비와 과소비 여부에 대해서는 각 56%, 49%의 찬성비율이 나타났다. 가장 많이 소비하는 소비지출 분야로 식비/음주가 72%로 가장 높은 비율을 보였고, 의류/패션/미용, 문화/취미/여가가 모두 10%로 두 번째로 높은 비율을 보였다.

둘째, 인구 속성별  $\chi^2$  동질성 검정에서 차이가 있는 것으로 보인 항목을 조사한 결과 성별에 따라 멤버십 및 마일리지 이용 정도가 차이가 있음을 알 수 있었는데 주로 여성들이 남성들과 비교하면 더욱 잘 이용하는 것으로 나타났다. 그리고 학년에 따른 멤버십 이용 정도 또한 차이가 있었는데 저학년보다 고학년이 더 많은 이용을 하는 것을 파악했다. 마지막으로 이성 친구 유무에 따른 합리적 소비 여부에 대해서도 차이가 있는데 이성 친구가 있으면 없는 사람보다 합리적 소비를 하지 못한다고 자각을 하고 있다.

셋째, 소비성향의 하위개념으로 설정한 '정체성 형성 도구', '타인 지향적', '외모 지향적', '소비 지향적' 4가지 개념에 대해서 신뢰도 검토를 한 결과 각각 Cronbach's  $\alpha$  계수가 0.6 이상이 나와서 재현 가능성이 있다고 판단하였다.

넷째, 신뢰도 검토를 마친 개념에 대한 문항에 대해서 표본이나 변수들을 비교할 수 있는 척도를 개발하기 위해 동일 비율을 매겨서 계산한 산술평균과 인자 점수 두 가지를 회귀분석을 시행하였다. 그 결과  $R^2$  값이 0.9 이상으로 매우 크게 나와 두 변수(산술평균, 인자 점수) 사이의 선형성이 매우 크다는 것을 확인했다. 그러므로 두 값이 앞으로의 하위개념에 대한 점수로 산술평균과 인자 점수가 같은 검정통계량을 가진다고 해석할 수 있으므로 이후의 분석에서는 하위개념의 척도로 산술평균값을 사용하였다.

다섯째, '이성 친구 유무'와 '소비 지향성'은 분산분석 결과 p-value가 0.1091로 나와 '이성 친구 유무'에 따라 '소비 지향성'에 대해 유의한 차이가 있다고 해석을 할 수 있었다.

마지막으로 확증적 인자분석을 통해 소비성향의 4가지 하위개념에 대해서 각 개념이 문항을 어느 정도 설명하고 있는지에 대해 판단한 결과 인자 점수와 공통성 수치가 대부분 긍정적인 반응을 이끌어내는 수치가 나와 각 하위개념을 설명하기 위해 제시한 문항들을 사용한 것이 잘 맞았다는 결론을 내렸다.

이번 조사로 인해 부족한 점과 반성할 점 또한 있었다. 우선 조사과정에서 표본 추출을 고려대학교 세종캠퍼스 재학생 중 성별과 학년을 기준으로 비례할당추출법을 시행하였는데 우선 남학생과 여학생의 비율이 차이가 있어서 남자 4학년 같은 특징을 가지는 표본을 수집하는 데 어려움이 있었다.

소비성향 개념을 6개의 하위개념으로 나누어 문항을 배치하였는데 그 중 '감각적 소비'와 '차별화 기제로서의 소비' 개념에 대해서는 각 개념과 관련 있는 문항으로 설정하는 것과 문항의 개수를 같게 했다면 분석에 있어서 더욱 좋은 결과를 내지 않았을까 하는 아쉬움이 있었다.

## 참고문헌

최종후, 전세봄, 『설문조사 처음에서 끝까지』, 자유아카데미

손상희(1996), "대학생의 소비주의적 성향과 영향요인", 대전대학교 생활과학 연구소 논문집 KOSIS (통계청, 소비자 동향 조사 (전국)), 2019

<http://kosis.kr/search/search.do?query=%EC%86%8C%EB%B9%84%EC%9E%90%EB%8F%99%ED%96%A5%EC%A7%80%EC%88%98>

"20대 소비지출 패턴 및 성향 조사", 와이T스페셜리포트 4호, 대학내일 20대연구소, 2019. 01

<https://www.20slab.org/archives/31595>

한국인의 소비 여가생활, 한국갤럽조사연구소, 마켓70 제1A 호~제1F 호, 2019. 06~07

<https://www.gallup.co.kr/etc/searchReport.asp>

연합뉴스, "대학생 소비지출 실태", <https://www.yna.co.kr/view/AKR20190613077900004>, 2019.9.16

매일경제, "대학생 소비지출 실태", <https://www.mk.co.kr/news/society/view/2019/04/241536/>, 2019.9.16.

천지일보, "대학생 소비지출 실태", <https://www.newscj.com/news/articleView.html?idxno=527568>, 2019.9.16.

## 부록 1 - 코드북

칼럼	개념	문항		내용	변수명
1		ID		-	ID
2	소비지출 수준	설문번호 1		1: 20만원 미만 2: 20만원 이상 40만원 미만 3: 40만원 이상 60만원 미만 4: 60만원 이상 80만원 미만 5: 80만원 이상	A1
3		설문번호 2		1: 신용카드/체크카드 2: 현금 3: 계좌이체 4: 휴대폰소액결제 5: 기타	A2
4-5		설문번호 3		1: 부모님 용돈 2: 아르바이트 3: 장학금 4: 기타	A3 A4
6	소비지출 의식	설문번호 4		1: 매우불만족 2: 약간 불만족 3: 약간 만족 4: 매우 만족	B1
7		설문번호 5		1: 여가생활 2: 계획적 소비 3: 고객센터 4: 타인을 위한 소비 5: 급전 여력 6: 기타	B2
8		설문번호 6		1: 여가생활 2: 예외적 소비 3: 고객센터 4: 타인을 위한 소비 5: 급전 여력 6: 기타	B3
9		설문번호 7		1: 예 2: 아니오	B4
10		설문번호 8			B5
11		설문번호 9		1: 전혀 그렇지 않다 2: 거의 그렇지 않다 3: 약간 그렇다 4: 매우 그렇다	B6
12		설문번호 10		1: 예 2: 아니오	B7
13	소비  성향	정체성	설문번호 11-1-1	1: 매우 그렇지 않다 2: 약간 그렇지 않다 3: 약간 그렇다 4: 매우 그렇다	C1-1
14			설문번호 11-1-2		C1-2
15			설문번호 11-1-3		C1-3
16			설문번호 11-1-4		C1-4
17		타인	설문번호 11-2-1		C2-1
18			설문번호 11-2-2		C2-2
19			설문번호 11-2-3		C2-3
20		외모	설문번호 11-3-1		C3-1
21			설문번호 11-3-2		C3-2
22			설문번호 11-3-3		C3-3
23		차별화	설문번호 11-4-1		C4-1
24			설문번호 11-4-2		C4-2
25			설문번호 11-4-3		C4-3

26		감각적	설문번호 11-5-1		C5-1
27			설문번호 11-5-2		C5-2
28		소비	설문번호 11-6-1		C6-1
29			설문번호 11-6-2		C6-2
30			설문번호 11-6-3		C6-3
31			설문번호 11-6-4		C6-4
32			설문번호 11-6-5		C6-5
33	소비지출 분야		설문번호 12	1: 주거/생활/가전 2: 식비/음주 3: 의류/패션/미용 4: 교통비 5: 문화/취미/여가 6: 교육/문구	D1
34			설문번호 13	1: 월세 2: 공과금 3: 휴대폰 요금 4: 인터넷 요금 5: 생활필수품 6: 가전제품 7: 전자제품 8: 반려동물용품	D2
35			설문번호 14	1: 식품재료 2: 외식 3: 음료/커피/차 4: 간식 5: 건강식품 6: 음주 7: 흡연	D3
36			설문번호 15	1: 의류 2: 가방/잡화 3: 신발 4: 뷰티 5: 헤어	D4
37			설문번호 16	1: 버스 2: 기차(지하철) 3: 택시 4: 자가용 유류비 5: 차량 유지비	D5
38			설문번호 17	1: 연극 2: 전시 3: 영화 4: 축제 5: 도서/음반 6: 운동 7: 오락시설 8: 여행	D6
39			설문번호 18	1: 교육비 2: 교재비 3: 학원 수강비 4: 인터넷 강의 5: 사무용품 6: 완구류	D7
40			설문번호 19	1: 현장 방문 결제 2: 인터넷 쇼핑 3: 홈쇼핑 4: 모바일 쇼핑	D8
41			설문번호 20	1: 기존 방식 2: 접근성용이 3: 지갑 불편함 4: 타 소비지출 방법 신뢰성 부족 5: 기타	D9
42	희망사항		설문번호 21	1: 주거/생활/가전 2: 식비/음주 3: 의류/패션/미용 4: 교통비 5: 문화/취미/여가 6: 교육/문구 7: 기타	E1
43			설문번호 22		E2
44			설문번호 23	1: 20만원 미만 2: 20만원 이상 40만원 미만 3: 40만원 이상 60만원 미만 4: 60만원 이상 80만원 미만 5: 80만원 이상	E3
45			설문번호 24	1: 과소비 및 충동구매 2: 명품 브랜드 중심의 소비 3: 현재 지향적인 소비 4: 경제적 수준에 맞지 않는 소비 5: 유행하는 제품을 의식하는 소비 6: 기타	E4
46	인적사항		설문번호 25	1='남자' 2='여자';	F1
47			설문번호 26	1: 20~21 2: 22~23 3: 24~26 4: 27~29 5: 30 이상	F2
48			설문번호 27	1: 1학년 2: 2학년 3: 3학년 4: 4학년	F3
49			설문번호 28	1: 기숙사 2: 자취/하숙 3: 통학	F4
50			설문번호 29	1: 있다 2: 없다	F5
51			설문번호 30	1: 서울/인천 2: 경기도 3: 강원도 4: 충청도/대전/세종 5: 경상도/부산/대구 6: 전라도/광주 7: 제주도	F6

## 부록 2 - DATA

[illegible]

## 부록 3 - SAS 프로그램

```

PROC IMPORT OUT= survey.survey
DATAFILE= "C:\Users\YongGon\Desktop\1조) 서버이 데이터.csv"
DBMS=CSV REPLACE;
GETNAMES=YES;
DATAROW=2;

RUN;

data survey;
set survey.survey;

run;

proc format;

value A1W 1='20만원 미만' 2='20만원 이상 40만원 미만' 3='40만원 이상 60만원 미만' 4='60만
원 이상 80만원 미만' 5='80만원 이상';
value A2W 1='신용카드/체크카드' 2='현금' 3='계좌이체' 4='휴대폰소액결제' 5='기타';
value A3W 1='부모님 용돈' 2='아르바이트' 3='장학금' 4='기타';
value A4W 1='부모님 용돈' 2='아르바이트' 3='장학금' 4='기타';
value B1W 1='매우불만족' 2='불만족' 3='만족' 4='매우 만족';
value B2W 1='취미 생활이나 여가생활을 부족함 없이 즐길 수 있어서' 2='고정지출에 부담되지 않게
계획적으로 소비할 수 있어서' 3='고액서비스를 이용하는 데에 부담되지 않아서 (택시, 피부샵 등)' 4='
타인을 위해 소비하는 것에 있어 무리 가지 않아서' 5='급전이 필요할 때 당황하지 않고 지출할 여력이 되
어서' 6='기타';
value B3W 1='취미생활이나 여가생활을 충분히 즐길 수 없어서' 2='고정지출비용을 제외한 다른 분야
에서 예상외의 소비가 부담되어서' 3='고액서비스를 이용하는 데에 부담되어서 (택시, 피부샵 등)' 4='타
인을 위해 소비하는 것이 부담이 되어서' 5='급전이 필요할 때 돈을 마련하기가 힘들어서' 6='기타';
value B4W 1='네' 2='아니오';
value B5W 1='네' 2='아니오';
value B6W 1='전혀 그렇지 않다' 2='거의 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';
value B7W 1='예' 2='아니오';
value C1_1W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';
value C1_2W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';
value C1_3W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';
value C1_4W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';
value C2_1W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';
value C2_2W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';

```

value C2\_3W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C3\_1W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C3\_2W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C3\_3W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C4\_1W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C4\_2W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C4\_3W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C5\_1W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C5\_2W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C6\_1W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C6\_2W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C6\_3W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C6\_4W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';  
 value C6\_5W 1='매우 그렇지 않다' 2='약간 그렇지 않다' 3='약간 그렇다' 4='매우 그렇다';

value D1W 1='주거/생활/가전 - 월세, 공과금, 생활필수품, 가전제품, 전자제품, 통신비'  
 2='식비/음주 - 식사 및 간식 구입, 가공제품, 식품재료, 음주, 흡연'  
 3='의류/패션/미용 - 옷, 액세서리, 화장품, 헤어 관련'  
 4='교통비 - 대중교통, 자가용 유류비, 차량 유지비'  
 5='문화/취미/여가 - 연극, 전시, 영화, 페스티벌, 도서, 음악, 운동, 오락시설'  
 6='교육/문구 - 교육비, 교재비, 학원 수강비, 인터넷 강의, 사무용품, 완구류';

value D2W 1='월세' 2='공과금' 3='휴대폰 요금' 4='인터넷 요금' 5='생활필수품' 6='가전제품'  
 7='전자제품' 8='반려동물용품';

value D3W 1='식품재료' 2='외식' 3='음료/커피/차' 4='간식' 5='건강식품' 6='음주' 7='흡연';

value D4W 1='의류' 2='가방/잡화' 3='신발' 4='뷰티' 5='헤어';

value D5W 1='버스' 2='기차 (지하철)' 3='택시' 4='자가용 유류비' 5='차량 유지비';

value D6W 1='연극' 2='전시' 3='영화' 4='축제' 5='도서/음반 (스트리밍)' 6='운동' 7='오락시  
 설(PC방, 노래방 등)' 8='여행';

value D7W 1='교육비 (e.g. 시험 응시료)' 2='교재비' 3='학원 수강비' 4='인터넷 강의' 5='사무  
 용품' 6='완구류';

value D8W 1='현장 방문 결제' 2='인터넷 쇼핑' 3='홈쇼핑' 4='모바일 쇼핑';

value D9W 1='기존에 이용해오던 방식이어서' 2='접근성이 용이해서' 3='지갑을 들고 다니는 것에  
 불편함을 느껴서' 4='다른 소비지출 방법이 신뢰 가지 않아서' 5='기타 :  
 \_\_\_\_\_';

value E1W 1='주거/생활/가전' 2='식비/음주' 3='의류/패션/미용' 4='교통비' 5='문화/취미/여가'  
 6='교육/문구' 7='기타 (e.g. 종교, 의료비 등)';

value E2W 1='주거/생활/가전' 2='식비/음주' 3='의류/패션/미용' 4='교통비' 5='문화/취미/여가'  
 6='교육/문구' 7='기타 (e.g. 종교, 의료비 등)';

value E3W 1='20만원 미만' 2='20만원 이상 40만원 미만' 3='40만원 이상 60만원 미만' 4='60만  
 원 이상 80만원 미만' 5='80만원 이상';

value E4W 1='과소비 및 충동구매' 2='타인을 의식한 명품 브랜드 중심의 소비' 3='현재 지향적인  
 소비' 4='자신의 경제적 수준에 맞지 않는 소비' 5='유행하는 제품을 지나치게 의식하는 소비' 6='기타  
 : \_\_\_\_\_';

value F1W 1='남자' 2='여자';

value F2W 1='20~21' 2='22~23' 3='24~26' 4='27 ~ 29' 5='30 이상';

value F3W 1='1학년' 2='2학년' 3='3학년' 4='4학년';

value F4W 1='기숙사' 2='자취/하숙' 3='통학';

value F5W 1='있다' 2='없다';

```

value F6W 1='서울/인천' 2='경기도' 3='강원도' 4='충청도/대전/세종' 5='경상도/부산/대구'
6='전라도/광주' 7='제주도';
run;

DATA SURVEY;
SET SURVEY;
LABEL
A1="지출수준" A2="지출수단" A3="수입출처1" A4="수입출처2"
B1="만족도" B2="만족이유" B3="불만족이유" B4="합리적소비" B5="과소비" B6="마일리지" B7="통
장"
C1_1="자기중심적 심리" C1_2="유명상표" C1_3="사회적 지위" C1_4="소외감"
C2_1="주변시선의식" C2_2="주위사람 스타일" C2_3="유행하는 물건"
C3_1="어울림" C3_2="체중과 몸매" C3_3="성형수술"
C4_1="유명브랜드" C4_2="신상품" C4_3="외제선호도"
C5_1="미적중요도" C5_2="분위기"
C6_1="친환경도" C6_2="근검절약" C6_3="일회용 용기" C6_4="경제적 여유" C6_5="라이프 스타일"
D1="소비분야" D2="주거생활" D3="식비음주" D4="의류패션" D5="교통" D6="문화여가" D7="교육문
구" D8="소비방법" D9="방법이유"
E1="소비감소항목" E2="소비증가항목" E3="희망지출수준" E4="소비성향문제점"
F1="성별" F2="나이" F3="학년" F4="주거" F5="이성친구" F6="지역"
;
RUN;

PROC PRINT DATA = SURVEY LABEL;
RUN;

/*빈도분석*/
proc freq data=survey;
tables F1 F2 F3 F4 F5 F6;
run;

proc freq data=survey;
tables A1 A2 A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1_1 C1_2 C1_3 C1_4 C2_1 C2_2 C2_3 C3_1 C3_2
C3_3 C4_1 C4_2 C4_3 C5_1 C5_2 C6_1 C6_2 C6_3 C6_4 C6_5 D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 E1 E2
E3 E4;
run;

/*chi^2 동질성검정*/
proc freq data=survey;
tables (F1 F2 F3 F4 F5 F6) * (A1 A2 A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1_1 C1_2 C1_3 C1_4
C2_1 C2_2 C2_3 C3_1 C3_2 C3_3 C4_1 C4_2 C4_3 C5_1 C5_2 C6_1 C6_2 C6_3 C6_4 C6_5 D1 D2
D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 E1 E2 E3 E4)/chisq norow nocol;
run;

proc freq data=survey;
tables (F1 F2 F3 F4 F5 F6) * (A1 A2 A3 A4 B1 B3 B4 B6 B7 C1_1 C1_4 C2_3 C4_2 C4_3
C5_2 C6_1 D1 D6 E1 E2 E3 E4)/chisq norow nocol;
run;

/*신뢰도 검정*/
proc corr data=survey alpha nosimple;
var C1_1-C1_4;

```

```

run;
proc corr data=survey alpha nosimple;
    var C2_1-C2_3;
run;
proc corr data=survey alpha nosimple;
    var C3_1-C3_3;
run;
proc corr data=survey alpha nosimple;
    var C3_1 C3_2;
run;
proc corr data=survey alpha nosimple;
    var C6_1-C6_5;
run;
proc corr data=survey alpha nosimple;
    var C6_2-C6_5;
run;

/* 점수화 과정 */
DATA SURVEY;
    SET SURVEY;
    MEAN1 = (C1_1+C1_2+C1_3+C1_4)/4;
RUN;
PROC FACTOR DATA = SURVEY OUT = FACTOR1
    NFACTORS = 1;
    VAR C1_1 C1_2 C1_3 C1_4;
RUN;
PROC REG DATA = FACTOR1;
    MODEL MEAN1 = FACTOR1;
quit;

DATA survey;
    SET survey;
    MEAN2 = (C2_1+C2_2+C2_3)/3;
RUN;
PROC FACTOR DATA = survey OUT = FACTOR2 (rename=(factor1=factor2))
    NFACTORS = 1;
    VAR C2_1-C2_3;
RUN;
PROC REG DATA = FACTOR2;
    MODEL MEAN2 = FACTOR2;
quit;

DATA SURVEY;
    SET SURVEY;
    MEAN3 = (C3_1+C3_2)/2;
RUN;
PROC FACTOR DATA = SURVEY OUT = FACTOR3 (rename=(factor1=factor3))
    NFACTORS = 1;
    VAR C3_1 C3_2;
RUN;

```



```

PROC REG DATA = FACTOR3;
  MODEL MEAN3 = FACTOR3;
quit;

DATA SURVEY;
  SET SURVEY;
  MEAN6 = (C6_2+C6_3+C6_4+C6_5)/4;
RUN;
PROC FACTOR DATA = SURVEY OUT = FACTOR6 (rename=(factor1=factor6))
  NFACTORS = 1;
  VAR C6_2 C6_3 C6_4 C6_5;
RUN;
PROC REG DATA = FACTOR6;
  MODEL MEAN6 = FACTOR6;
quit;

proc factor data=survey
  cov simple reorder plot
  outstat=outst1;
  var C1_1-C1_4;
run;
proc factor data=survey
  cov simple reorder plot
  outstat=outst1;
  var C2_1-C2_3;
run;
proc factor data=survey
  cov simple reorder plot
  outstat=outst1;
  var C3_1-C3_2;
run;
proc factor data=survey
  cov simple reorder plot
  outstat=outst1;
  var C6_2-C6_5;
run;

/*분산분석*/
PROC GLM DATA = FACTOR1;
  CLASS F1;
  MODEL MEAN1 = F1;
  MEANS F1/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR1;
  CLASS F2;
  MODEL MEAN1 = F2;
  MEANS F2/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR1;
  CLASS F3;

```

```

MODEL MEAN1 = F3;
MEANS F3/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR1;
CLASS F4;
MODEL MEAN1 = F4;
MEANS F4/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR1;
CLASS F5;
MODEL MEAN1 = F5;
MEANS F5/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR1;
CLASS F6;
MODEL MEAN1 = F6;
MEANS F6/ TUKEY alpha=0.10;
quit;

PROC GLM DATA = FACTOR2;
CLASS F1;
MODEL MEAN2 = F1;
MEANS F1/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR2;
CLASS F2;
MODEL MEAN2 = F2;
MEANS F2/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR2;
CLASS F3;
MODEL MEAN2 = F3;
MEANS F3/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR2;
CLASS F4;
MODEL MEAN2 = F4;
MEANS F4/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR2;
CLASS F5;
MODEL MEAN2 = F5;
MEANS F5/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR2;
CLASS F6;
MODEL MEAN2 = F6;
MEANS F6/ TUKEY alpha=0.10;
quit;

```

```

PROC GLM DATA = FACTOR3;
  CLASS F1;
  MODEL MEAN3 = F1;
  MEANS F1/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR3;
  CLASS F2;
  MODEL MEAN3 = F2;
  MEANS F2/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR3;
  CLASS F3;
  MODEL MEAN3 = F3;
  MEANS F3/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR3;
  CLASS F4;
  MODEL MEAN3 = F4;
  MEANS F4/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR3;
  CLASS F5;
  MODEL MEAN3 = F5;
  MEANS F5/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR3;
  CLASS F6;
  MODEL MEAN3 = F6;
  MEANS F6/ TUKEY alpha=0.10;
quit;

PROC GLM DATA = FACTOR6;
  CLASS F1;
  MODEL MEAN6 = F1;
  MEANS F1/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR6;
  CLASS F2;
  MODEL MEAN6 = F2;
  MEANS F2/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR6;
  CLASS F3;
  MODEL MEAN6 = F3;
  MEANS F3/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR6;
  CLASS F4;
  MODEL MEAN6 = F4;
  MEANS F4/ TUKEY alpha=0.10;

```

```
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR6;
  CLASS F5;
  MODEL MEAN6 = F5;
  MEANS F5/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
PROC GLM DATA = FACTOR6;
  CLASS F6;
  MODEL MEAN6 = F6;
  MEANS F6/ TUKEY alpha=0.10;
quit;
```

#### 부록 4 - 프로젝트 일정

날짜	회의	회의 내용
9/16	1	주제 선정 및 목표 설정
9/19	2	1 Page proposal 초안 작성 및 설문 항목 생성 시작
9/26	3	조원 각자 생성한 설문 항목 비교 및 취합 / 설문 항목 생성
10/2	4	설문 항목 1차 완성
10/6	5	1 Page Proposal 2차 수정
10/10	면담	1Page Proposal 및 설문지 지적 수정
10/15	6	1 Page Proposal 발표 후 지적 수정
10/28	7	설문 항목 최종 완성 및 설문지 출력과 온라인 설문지 배포
11/5	8	직접 응답받은 설문지 데이터 정형화 작업
11/7	9	온라인 설문지 취합 및 2차 발표용 최종 데이터 정형화 작업
11/8	10	빈도분석 카이제곱 분석 신뢰도 검토 실시/ 분석 결과 정리
11/9	11	점수화 과정 분산분석 확증적 인자분석 실시 / 분석결과 정리
11/10	12	2차 발표 PPT 제작
11/21	13	추가된 온라인 설문지 취합 및 데이터 정형화 작업
11/28	14	1 Page Proposal 내용 기반 보고서의 개요 표본설계 설문도구 작성
12/5	15	빈도분석 카이제곱 분석 실시 / 보고서 분석결과 작성
12/9	16	신뢰도 검토 점수화 과정 실시 / 보고서 분석결과 작성
12/11	17	분산분석 확증적 인자분석 실시 / 보고서 분석결과 작성
12/14	18	보고서 토의 및 결론 작성
12/15	19	보고서 기반으로 최종 PPT 제작
12/18	20	최종보고서 정리