

역기능적 소비행동에 대한 마음챙김 소비의 영향 연구*

김 완 석

아주대학교 심리학과

유 연 재†

아주대학교 사회과학연구소

마음챙김 소비가 충동구매와 중독구매를 감소시키는데 도움이 되는지 검증하기 위하여 역기능적 소비행동의 중요 선행변인인 충동성, 물질주의, 자기통제력, 정서조절 능력과의 관련성과 상대적 영향력을 비교하였다. 검증결과, 마음챙김 소비는 충동구매, 중독구매와 강한 부적상관이 있는 것으로 나타났다. 또한 마음챙김 소비는 4개의 선행변인을 제외하고 충동구매에는 약 17%, 중독구매에는 약 20%의 추가적 설명력을 제공하고 있으며, 상대적 영향력(β)도 가장 높게 나타났다. 마음챙김 소비가 4개의 변인들에 영향을 주고, 4개의 변인이 다시 역기능적 소비행동에 영향을 주는지 매개효과를 검증한 결과, 충동구매 경향성에서는 충동성, 물질주의, 정서조절 능력의 매개효과가, 중독구매에서는 충동성과 물질주의의 매개효과가 나타났다. 이런 결과를 통해 마음챙김 소비가 역기능적 소비행동에 직접적으로 영향을 줄 뿐만 아니라 간접적으로도 영향을 준다는 것을 알 수 있다.

주요어 : 마음챙김 소비, 마음챙김, 충동구매, 중독구매, 문제 소비행동, 역기능적 소비행동

* 이 논문 또는 저서는 2014년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2014S1A3A2044196).

† 교신저자 : 유연재, 아주대학교 사회과학연구소, psy1973@gmail.com

사회가 고도화되고 인간의 욕구가 다양해지면서 인간의 구매는 많은 경우 합리적 과정보다는 감정적이며, 비이성적 과정을 통해 이루어지고 있다. 특히, 경쟁이 심화되면서 기업들은 다양한 마케팅 활동을 통해 개인의 소비를 자극하고, 촉진하고 있으며, 소비자들을 이를 통해 활발한 소비활동을 하고 있다. 이런 과정 속에서 소비자들은 합리적이고 건전한 소비를 하지 못하고 충동구매나 중독구매와 같은 역기능적 소비활동을 하는 경우가 점차 증가하고 있다. 또한 소득이 증가함에 따라서 충동구매로 지출하는 금액도 점차 증가하고 있으며(김희정, 2007; Mogelonsky, 1998), 충동구매가 발생하는 제품범주도 모든 영역에서 확대되는 추세이다(김화동, 2006).

역기능적 소비행동과 관련된 연구들은 크게 영향을 주는 제품요인, 환경 및 외적 자극 그리고 문제 소비행동을 많이 하는 소비자들의 내적 특성이 무엇인가에 초점이 맞춰져 왔다. 소비자의 내적 특성은 그 방향성에 따라 문제 소비행동의 촉진요인과 억제요인으로 구분할 수 있다. 촉진요인으로 많이 언급되는 특성으로는 충동성(성영신 등, 2012; 이정민, 2002; Hanley & Wihelm, 1992; O'Guinn & Faber, 1989; Scherhorn, 1990), 물질주의(강이주, 2004; 김영신, 박지영, 2006; 송인숙, 1991, 1993; 이승희, 신초영, 2002; Belk, 1985; Faber & O'Guinn, 1989; O'Guinn & Faber, 1988; Richins & Dawson, 1992), 낮은 자기존중감(강이주, 2004; 송인숙, 1993; 송인숙, 이기춘, 1994; 이승희, 신초영, 2002; D'Astous, 1990; Faber & O'Guinn, 1988; Hanley & Wihelm, 1992) 등이 주로 언급되고 있으며, 억제요인으로서 자기통제력(권오숙, 문성호, 2007; Baumeister, 2002; Loewenstein, 2000; Rook & Hoch, 1985; Vohs &

Faber, 2007), 구매충동 제어전략(송인숙, 2003; Hoch & Loewenstein, 1991) 등이 있다.

역기능적 소비행동과 관련된 연구들에서 주장하는 역기능적 소비행동 감소방안은 욕구를 발생시키지 않게 노력하고, 발생한 욕구를 억제하거나 통제하여 역기능적 소비행동을 하지 않도록 하는 것이다(송인숙, 2003; Hoch & Loewenstein, 1991; Macinnis & Patrick, 2006). 하지만 억제되고 억압된 욕구는 다른 형태의 욕구로 다시 나타날 가능성이 높고, 경우에 따라서는 욕구가 잘 억제되거나 통제되지 않을 수도 있다. 그래서 역기능적 소비행동의 감소방안들이 실효성을 가지지 못하는 경우가 존재한다.

본 연구에서는 소비자에게 발생하는 다양한 소비 욕구를 억압하거나 통제하지 않고, 소비 욕구와 그 욕구로 인해 나타나는 감정을 비판단적으로 수용함으로써 역기능적 소비행동을 감소시키는 심리적 기제로서 마음챙김 소비를 제안하고, 역기능적 소비행동 연구에서 마음챙김 소비의 역할을 탐색해보고자 한다. 마음챙김 소비는 유연재와 김완석(2014)이 마음챙김을 소비와 쇼핑장면에 적용한 개념으로서 '소비자가 제품이나 서비스를 구매하는 과정에서 경험하는 내적 경험과 외적 환경에 대한 순수한 주의기울임과 알아차림'이라고 할 수 있다. 유연재와 김완석(2014)은 마음챙김 소비를 측정할 수 있는 척도를 개발하고, 마음챙김 소비가 일반적인 마음챙김 개념과 변별되는 개념이며, 역기능적 소비행동인 충동구매, 중독구매 그리고 과시소비 등에서 좋은 예측 변인임을 보여주었다.

본 연구에서는 이를 확장하여 충동구매 경향성과 중독구매의 선행요인으로 간주되는 충동성, 물질주의, 자기통제력과 정서조절에 비

해 마음챙김 소비가 추가적인 설명력을 제공하고 있는지 살펴보고자 한다. 또한, 마음챙김 소비가 충동성, 물질주의, 자기통제력 그리고 정서조절 등에 영향을 주고, 그를 통해 충동 구매 경향성과 중독구매를 감소시키는지 탐색하고자 한다.

충동구매와 중독구매

Rook(1987)은 충동구매를 ‘소비자가 갑작스럽게 그리고 때로는 강력하게 무엇을 사고자 하는 지속적인 욕구를 경험할 때 발생하는 것으로, 구매충동은 쾌락적이며, 복잡하며, 감정적인 갈등을 유발할 수 있으며, 구매로 일어나는 결과를 다소 무시하는 경향을 보이는 구매형태’라고 하였다. 이와 유사하게 Piron(1991)은 선행연구를 총괄하여 충동구매는 비계획성, 자극노출 이후에 이루어지는 의사결정, 구매 의사결정이 구매시점과 그 장소에서 이루어져야 하는 점을 필수적으로 포함한다고 하였다. 또한 인지적, 정서적 반응은 필수적인 것은 아니지만 인지적, 정서적 반응이 포함된 충동구매를 경험적 충동구매로, 포함되지 않은 구매를 비경험적 충동구매로 구분하였다. 이러한 정의를 보았을 때 충동구매는 사전에 계획없이 이루어지지만 비계획적 구매와 다르며(D’Antoni & Shenson, 1973; Rook & Hoch, 1985), 자극에 대한 반응으로서 일어나며(Applebaum, 1951; Nesbitt, 1959; Stern, 1962), 즉각적으로 일어나고(Piron, 1991; Rook, 1987), 정서적 반응(Rook, 1987; Rook & Hoch, 1985; Weinberg & Gottwald, 1982)을 동반하는 구매형태라고 할 수 있다. 충동구매는 구매시점에서 소비자에게 즐거움을 주고, 긍정적인 만족감과 재구매 의도를 증가시키는 긍정적인 측면

(김화동, 2006; 문희강, 윤남희, 2009; 윤남희, 문희강, 2009; Vohs & Faber, 2007)도 존재하지만 일반적으로 부정적인 사회적 심리적 문제로 귀결되는 경우가 많아(Hoch & Loewenstein, 1991; Rook, 1987) 대표적인 역기능적 소비행동이라고 할 수 있다.

중독구매는 학자들에 따라서 쇼핑중독구매, 강박구매, 구매중독이라고도 한다. 불안, 우울, 걱정 등과 같은 부정적 감정을 경감시키거나 회피하기 위해 강박적이고 만성적으로 제품을 반복적으로 구매하는 행동(송인숙, 이기춘, 1994; Faber & O’Guinn, 1989)이라고 할 수 있다. 중독구매 소비자들이 보이는 반복적 구매 행동은 소비자들의 본질적 문제 해결을 위해서라기보다는 개인의 부정적 감정의 회피 또는 경감을 위해 발생한다(김은정, 2005; 이승희, 2005; Lee, Lennon, & Rudd, 2000; O’Guinn & Faber, 1989). 중독구매자들의 공통적인 특성은 자기존중감이 낮고, 물질주의가 높고, 높은 구매충동과 통제력 상실로 인하여 충동적 구매성향이 높다(김은정, 2005; 이승희, 2005; D’Astous, 1990; Lee, Lennon, & Rudd, 2000; O’Guinn & Faber, 1989). 중독구매자들은 일반적으로 과도하게 소비하고, 충동적으로 구매하며, 지나친 소비로 인해 개인생활에 지장을 준다(송인숙, 이기춘, 1994). 즉, 중독구매는 일종의 소비장애라고 할 수 있다(강이주, 이영애, 2010).

충동구매와 중독구매는 외적으로 관찰되는 비이성적이고 구매충동에 의한 의지력 상실 측면에서 유사한 현상으로 보인다. 하지만 충동구매는 제품이나 마케팅 활동이라는 외적 자극에 의해 제품의 구매가 일어나는 반면 중독구매는 제품 자체에 대한 욕구보다는 소비자의 부정적인 내적 상태의 해소와 경감에 있

다는 점에서 차이가 있다. 또한 중독구매자들의 구매는 충동구매에 비해 정서적 고조가 낮고(O'Guinn & Faber, 1989; Scherhorn, 1990), 충동구매가 특정시점에서 단일구매에서 이루어지는 반면 중독구매는 구매충동이 일상적으로 보편화되어 지나치게 소비에 이끌리는 상태(송인숙, 이기춘, 1994)라는 점에서도 차이가 있다.

충동구매와 중독구매 관련 심리적 변인

충동구매와 중독구매에 공통적으로 영향을 미치는 다양한 심리적 요인들이 존재한다. 본 연구에서는 촉진요인으로 충동성과 물질주의를, 억제요인으로 자기통제력을 다루고자 한다.

첫 번째 촉진요인인 충동성은 '사전 계획 없이 행동하거나 심사숙고하지 않고 행동하고 스스로를 통제하지 못하는 성격특질로서, 결정에서도 신중하지 못하고 다른 곳으로 빠르게 주의가 이동하는 특질'이다(Barratt & White, 1969). 충동성은 '스스로 구매에 대한 생각이나 행동을 통제하기 못하고 끊임없이 구매하는 사람들을 설명하는 중요 변인'이다(김세정, 현명호, 2005). 또한 충동성은 충동구매와 중독구매에 직접적으로 영향을 준다(Dittmar & Bond, 2010; Lejoyeux & Weinstein, 2010; Rook & Fisher, 1995). 충동성이 높은 사람들은 장기적 결과보다는 즉각적 보상에 더 동기화되기 때문에 충동구매(Dittmar & Bond, 2010)와 통제되지 않는 구매(Lejoyeux & Weinstein, 2010) 행동을 많이 하게 된다. 충동적인 성격경향이 높은 사람들은 조급하고, 즉각적으로 행동하고, 주의를 기울이지 않고 의사 결정을 하며, 모험 상황을 더 선호하는 특징을 가지고 있다

(Barratt & Patton, 1983; Buss & Plomin, 1975; Eysenck, 1967). 충동성은 중독에 영향을 주고(Blaszczynski, Steel & McConaghy, 1997), 물질남용에 영향을 줄(Eysenck & Eysenck, 1985) 뿐만 아니라 충동조절 장애의 주요 특징이기도 하다(APA, 1994). 약물을 사용하지 않는 중독 장애에는 충동통제 결핍(Knecht, 1995)이 존재할 뿐만 아니라 중독구매는 만성적인 충동통제 상실로 인한 반복적인 행동 패턴이기도 하다(Faber & O'Guinn, 1989). Billieux와 그의 동료들(2008)은 Whiteside와 Lynam(2001)이 개념화한 충동성의 3개 요소(즉각성, 미리 생각하기의 부족, 인내력 부족)와 강박구매 간에 유의한 상관이 있다는 연구결과를 보고하였다. 이민규, 김교현과 권선중(2013)은 중독구매를 설명하기 위한 심리학적 모형을 제안하였는데, 충동성은 중독구매에 직접적으로 자기조절은 간접적으로 영향을 주는 것으로 나타났다.

물질주의는 재화에 대한 강한 욕망(Mukerji, 1983)으로 정신적 요소에 비해 물질적 요소나 재화를 상대적으로 더 중요하게 생각하는 가치라고 할 수 있다(Solomon, 2004). 즉, 사람들이 물질적 소유나 소비를 행복의 주된 원천으로 생각하거나 소비를 통해 행복을 추구하는 것이라고 할 수 있다(Belk, 1983). 물질주의는 소비자가 제품을 구매하는 하나의 동기 요인이 될 수 있기 때문에(Richins & Dawson, 1992), 물질주의는 과소비 성향(박성연, 이종미, 임숙자, 2001)뿐만 아니라 충동구매(김영신, 박지영, 2006; 김정훈, 이은희, 2002; 남승규, 1996)와 중독구매(김소영, 2001; 송인숙, 1991; O'Guinn & Faber, 1989)에 영향을 준다. 개인의 물질주의 수준이 높아지면 개인의 삶의 중심이 물질이 되게 된다(O'Guinn & Faber, 1989). 또한 사회비교 과정에서 자신이 가지지 못한 것에

대한 불만족이 높아지고(O'Guinn & Faber, 1989), 자기 통제력이 낮아지게 된다(이성수, 2008). 불만족과 같은 부정적 감정을 해소하고(O'Guinn & Faber, 1989), 불확실성과 자기의심을 제거하기 위해 제품구매에 더 의존하게 될 뿐만 아니라 낮아진 자기통제력으로 인해 외부자극에 대한 반응으로 충동구매를 하게 된다(이성수, 2008). 실제로 중독적 구매를 많이 하는 사람들은 물건의 소유나 효능보다는 구매과정에서 더 많은 만족감을 경험한다(송인숙, 1991). 물질주의는 강박적 구매성향을 설명하는 가장 중요한 변인이기도 하다(강이주, 2004).

억압/억제요인인 자기통제력(self-control) 또는 자기조절능력(self-regulation)은 장기적 목표달성을 위해 자신의 행동이나 욕구를 자제하고 관리 및 통제하는 능력(Kopp, 1982)이다. 즉, 미래의 더 좋은 결과를 위해 일시적인 충동이나 만족 대신 인내할 수 있는 능력(Logue, 1995)이라고 할 수 있다. 자기통제의 실패는 거식이나 과식 등의 섭식행동, 약물중독, 금전사용에서의 도박이나 절도 등과 관련되며(Logue, 1995), 낮은 자기통제력은 비계획적 구매에 영향을 줄 수 있다(Baumeister, 2002). 자기통제력이 낮은 사람들은 조급하고 즉각적으로 행동하고 낮은 주의 상태에서 의사결정을 한다(한정선, 김세영, 2006). 자기통제력은 충동적 욕구가 나타났을 때 이를 통제하고 제어하려는 힘이라고 할 수 있다. 이러한 힘이 약해졌을 때 소비자들은 충동구매를 할 뿐만 아니라 양적인 측면에서도 처음 의도에 비해 더 많은 양을 구매하게 된다(Rook 1987; Thompson, Locander & Pollio, 1990). 따라서 자기통제력이 높을수록 충동구매를 덜 하게 된다(김영숙, 2000; 양우식, 1995; 이재환, 1995; 이정원,

1993; Hoch & Loewenstein, 1991). 송인숙(1993)은 구매 욕구가 자기통제력에서 벗어나 참을 수 없게 된 욕망을 반영한 일종의 병적 습관을 중독구매라고 하였으며, 자기통제력이 낮을수록 중독구매성향이 강하게 나타났다(김은정, 2005; 윤하영, 2006). 자기통제력이 높은 사람들은 장기적인 계획을 잘 세우고, 낮은 충동성을 보이기 때문에 자기통제력은 중독구매를 조절하는 중요한 변인일 수 있다(정형식, 김영심, 2006). 비록 중독구매는 아니지만 자기통제력이 낮은 사람들은 충동을 조절하지 못해 인터넷 중독, 스마트폰 중독, 게임중독 등의 비물질 중독을 보이는 경우가 많다(송원영, 1998; 이계원, 2001; Young, 1998).

자기통제력과 유사하나 다른 변인인 정서조절 또한 충동구매와 중독구매에 영향을 줄 수 있다. 정서조절은 정서의 자각과 이해, 정서의 수용, 부정적 정서를 경험할 때 충동적 행동을 조절하고 목표와 일치하도록 행동하는 능력, 개별적 목표와 상황적 욕구에 따라 정서적 반응을 조절하려고 상황에 적절한 정서조절 전략을 사용할 수 있는 능력(Gratz & Roemer, 2004)으로 상황이나 맥락에 따라 자신의 정서를 인식, 수용, 조절하는 능력이라고 할 수 있다. 이런 정서조절의 실패는 일시적으로 불안이나 우울 등의 부정적인 정서를 강화하여 과잉행동이나 행동억제 등을 보일 수 있다(이지영, 권석만, 2006). 정서는 행동을 조절하는데 있어 중요한 역할을 하며(Campos, Campos & Barrett, 1989; Carver, Lawrence & Scheier, 1996), 잘못된 정서조절은 개인에게 부적응적 행동을 하도록 할 수 있다(Cole, Michel & Teti, 1994). 정서조절을 잘하지 못하는 소비자는 외부 자극에 대한 반응으로 충동구매가

나타나거나 충동성을 잘 조절하지 못해 중독적 구매를 할 가능성이 높아질 수 있다.

마음챙김 소비와 역기능적 소비행동

마음챙김 소비는 유연재와 김완석(2014)이 마음챙김의 개념을 소비자 장면에 적용한 개념이다. 명상수련을 하지 않은 일반인들의 소비장면에 적용하기 위하여 5요인 마음챙김 질문지(FFMQ; Baer et al., 2006)나 박성형(2006)의 마음챙김 척도 등이 제안하고 있는 비판단적 수용이나 비판응성 등을 포함하지 않고 “소비자가 제품이나 서비스를 구매하는 과정에서 경험하는 내적 경험과 외적 환경에 대한 순수한 주의기울임과 알아차림”으로 정의하였다. 전통적 마음챙김이 상황과의 상호작용보다는 순수한 개인의 내적 경험을 대상으로 한다면 마음챙김 소비는 끊임없이 변화하는 소비환경에 따라 변화하는 소비자의 내적 경험을 반영한다. 또한 전통적 마음챙김(KMMAS)이 주의기울임과 알아차림을 구분할 수 없는 하나의 개념으로 정의하였다면, 마음챙김 소비는 주의기울임과 알아차림을 서로 구분되는 개념으로 정의하였다는 차이가 있다. 실제 분석결과에서 주의기울임과 알아차림이 서로 구분될 뿐만 아니라 알아차림도 내적 과정인 마음 알아차림과 외적 변화인 환경 알아차림으로 구분되었다. 또한 마음챙김 소비는 마음챙김(KMMAS)과 구분될 뿐만 아니라 충동구매, 구매중독, 과잉소비를 자기감시, 자기통제력, 충동성을 통제하고도 약 10% 이상 설명하고 있어, 마음챙김 소비가 다양한 기제를 통해 충동구매와 중독구매와 같은 역기능적 소비행동을 감소시킬 수 있음을 보여준다.

충동구매와 중독구매는 심리적 자원

(psychological resources)의 고갈로 인한 자기통제력이 낮아졌을 때 쉽게 나타날 수 있다(Baumeister, 2002; Baumeister, Vohs, & Tice, 2007; Vohs & Faber, 2007). 따라서 소비자가 제품이나 판촉 자극에 노출되었을 때 충분한 심리적 자원이 있는 경우에는 자신의 정서를 조절하여 충동구매나 중독구매를 하지 않는데, 심리적 자원이 없는 경우에는 쉽게 충동구매를 하게 된다. 마음챙김은 소비자의 심리적 자원 확보에 도움을 줄 수 있다. Chiesa, Calati와 Serretti(2011)는 마음챙김과 주의, 기억 등과 같은 인지적 능력 간의 영향 및 관계를 연구한 23개의 논문을 개괄한 결과에서 마음챙김 훈련이 주의뿐만 아니라 기억, 언어의 유창성을 포함하는 실행능력(executive function), 인지반응의 억제(inhibition of cognitive responses), 상위 인지(meta-awareness)를 향상시키고, 산만한 자극에서 정서적 간섭을 감소시킨다는 것을 발견하였다. 또한 Fredrickson과 그의 동료들(2008)은 자애명상을 통해 심리적 자원이 증가하여 삶의 만족감이 증가함을 보여주었다. Greenberg, Reiner와 Meiran(2012)은 마음챙김 훈련이 인지적 경직성(cognitive rigidity)을 감소시켜주고, Slagter와 그의 동료들(2007)은 위빠사나 명상을 통해 제한된 뇌의 정보처리 용량에 긍정적인 영향을 줄 수 있음을 보여주고 있다.

충동구매와 중독구매는 충동성에 대한 자기통제(self-control) 또는 자기조절(self-regulation)의 실패로 나타나게 된다. 중독적 구매를 하는 사람들은 구매하고 싶은 충동을 통제하지 못하고, 주의가 빠르게 변화하는 특성을 가지고 있으며(Barratt & White, 1969), 충동성에 대한 통제력 상실이 지속적이고 반복적으로 나타난다는 특징을 가지고 있다(O'Guinn & Faber,

1989). 충동구매를 많이 하는 사람들은 더 높은 충동성과 더 높은 감정조절 어려움을 가지고 있었으며, 더 낮은 마음챙김(MAAS) 점수를 보인다(Williams & Grisham, 2011). 마음챙김은 충동성에 대한 자기통제력과 자기조절력을 향상시킬 수 있다. 소비자들은 내외적 자극에 자동적으로 반응하려는 경향성을 가지고 있는데, 마음챙김의 순수한 주의를 마음의 여유를 제공하여 주기(Epstein, 1995) 때문에 자동적 반응을 감소시킬 수 있다. 실제로 마음챙김은 자기통제력과 자기조절을 향상(신윤철, 2009; 조용래, 천성문, 차명정, 이영순, 2012; Brown, Ryan & Creswell, 2007; Huppert & Johnson, 2010)시키는데 많은 도움을 제공한다. 조용래와 그의 동료들(2012)은 군 부적응 병사들을 대상으로, 신윤철(2009)은 회복중인 알코올 의존자들을 대상으로 마음챙김 수련을 시킨 결과 모두 통제력이 향상됨을 보였다. 마음챙김은 개인의 주의력과 정서조절 능력에 긍정적인 영향을 준다(Desbordes et al, 2012; Lazar, et al, 2005). 또한 마음챙김은 자기조절과 높은 정적인 상관관계를 가진 반면 도박행동과는 부적 상관을 가지는데(Lakey et al, 2007), 이는 마음챙김이 중독을 감소하는데 영향을 줄 수 있음을 시사해준다. Brown과 Ryan(2003)은 마음챙김과 자율적 자기조절(autonomous self-regulation) 사이에 높은 정적 상관관계를 발견하였다. 마음챙김은 자기통제력과 자기조절을 향상시키기 때문에 소비자들이 광고나 판촉자극물을 보았을 때 일어나는 충동을 조절하도록 도움을 제공할 수 있다.

물질주의 성향이 높은 사람들은 자신의 내적 요소보다는 가시적인 물질이나 타인의 평가적 요인에 더 많은 주의를 둘 수 있다. 이런 외적인 요소에 대한 주의를 사회비교 과정

을 통해 더 많은 불만족을 생성해내고 이를 해소하기 위해 충동구매나 중독구매를 더 많이 할 가능성이 높다(이성수, 2008). 마음챙김의 순수한 주의를 개인의 자의식을 줄여주며, 개인에 대한 확신성을 증가시켜 주어 물질주의를 감소시킬 수 있으며, 개인의 재정적 불일치를 감소시켜 주어(Brown et al, 2009), 불만족 정도를 감소시켜 줄 수 있다. 또한 마음챙김은 개인의 물질주의적 동기를 감소시키고, 타인과의 관계, 자기-실현을 증가시켜(Brown & Kasser, 2005), 삶의 의미를 향상시켜 주어 물질주의에서 벗어나는데 도움을 제공할 수 있다. 또한 마음챙김은 돈의 본질에 대한 지식을 확장시켜 물질적 부에 대한 갈망과 욕심을 감소시킬 수 있다(Stone, 2012).

연구문제 설정

본 연구는 새로운 개념인 마음챙김 소비가 충동구매나 중독구매와 같은 역기능적 소비행동에서 어떠한 유용성을 가질 수 있는지를 탐색하는데 첫 번째 목적이 있다. 또한 마음챙김과 관련한 소비연구의 초기 연구로서 가설을 설정하여 검증하기 보다는 선행연구 개괄을 통해 다음과 같은 연구문제를 설정하여 마음챙김 소비의 유용성을 탐색하고자 한다.

연구문제 1. 마음챙김 소비는 역기능적 소비행동(충동구매 경향성, 중독구매)에 대하여 충동성, 물질주의, 자기통제력, 정서조절의 설명력 이외에 추가적인 설명력을 가지고 있는가?

연구문제 2. 마음챙김 소비는 충동성, 물질주의에는 부적 영향력을, 자기통제력, 정서조절 능력에는 정적 영향력을 가지는가?

연구문제 3. 마음챙김 소비는 충동성, 물질주의, 자기통제력, 정서조절 능력을 매개하여 역기능적 소비행동에 영향을 주는가?

연구방법

조사대상

수도권의 0 대학에 재학 중인 대학생 300명을 대상으로 조사를 실시하였으며, 응답이 불성실한 10부를 제외한 290명을 대상으로 분석을 실시하였다. 응답자는 남자 143명(49.3%), 여자 147명(50.7%)으로 평균 연령은 21.2세(만 18세-27세)였다.

측정도구

마음챙김 소비(Mindfulness Consumption Scale: MCS)

마음챙김 소비를 측정하기 위해서 유연재와 김완석(2014)이 개발한 마음챙김 소비 척도를 사용하였다. 이 척도는 소비장면에서 경험하는 다양한 내외 자극과 반응에 대한 주의와 알아차림을 측정한다. 척도는 주의기울임, 마음 알아차림, 환경 알아차림의 3요인 10개 문항이며 5점 리커트 척도로 매우 그렇지 않다(1)에서 매우 그렇다(5)로 구성하였다. 본 연구에서 나타난 내적일치도 Cronbach's α 는 전체는 .924, 주의기울임은 .897, 마음 알아차림은 .810, 환경 알아차림은 .923으로 전반적으로 높게 나타났다.

소비자 충동성

소비자 충동성은 Puri(1996)가 개발한 소비

자 충동성 척도(CIS) 12문항 중 신뢰도에 부정적 영향을 미치는 1문항을 제거하고 11문항을 사용하였다. 척도는 개인의 충동성을 표현하는 형용사 단어를 이용하여 7점 리커트 상에서 평가하도록 구성되어 있다. 본 연구에서 나타난 11문항의 Cronbach's α 는 .775이었다.

물질주의

물질주의 성향은 양혜승(2006)이 번역한 Richins(2004)의 물질주의 성향 척도(Cronbach's $\alpha = .81$)를 사용하였다. 3요인 15문항 5점 리커트 척도로 구성되어 있다. 3요인은 물질의 획득을 삶의 중심으로 생각하는 경향성(acquisition centrality), 물질의 획득을 행복으로 생각하는 성향(acquisition as the pursuit of happiness)과 물질의 소유를 성공으로 정의하는 성향(possession-defined success)이다. 원척도는 6점 리커트 척도이나 본 연구에서는 5점 리커트 척도로 측정하였으며, Cronbach's α 는 .873으로 나타났다.

정서조절 어려움

소비자의 정서조절 능력을 측정하기 위해 Gratz와 Roemer(2004)가 개발한 정서조절 어려움 척도(Difficulties in Emotional Regulation Scale: DERS)를 조용래(2007)가 번역한 한국판 정서조절 어려움 척도(K-DERS)를 사용하였다. 척도는 원래 개인이 자신의 충동통제 어려움, 정서의 비수용, 정서에 대한 자각 부족, 정서 명료성 부족, 조절 접근 전략의 제한 그리고 목표지향적 행동의 어려움을 평가하도록 개발된 척도이나 본 연구에서는 자신의 충동통제를 잘 하고, 정서를 수용하고 자각하며, 자신의 정서를 명확하게 인식하고, 조절 전략을 잘 사용

하는 사람을 정서조절 능력이 좋은 것으로 보아 점수를 역산하여 정서조절 능력을 평가하였다. 척도는 리커트 5점 척도로 구성되었으며, 총 35개의 문항 중 10개(1, 2, 6, 7, 8, 10, 19, 21, 23, 33)는 역채점하도록 되어 있다. 한국판 정서조절 어려움 척도의 전체 Cronbach's α 는 .92로 나타났으며 본 연구에서는 .937으로 나타났다.

자기통제력

자기통제력을 측정하기 위하여 Tangney, Baumeister 및 Boone(2004)이 개발한 자기통제력 단축판을 조현진(2011)이 한국형으로 타당화한 척도를 사용하였다. 척도는 12문항의 5점 리커트로 구성되어 있으며 본 연구에서 나타난 Cronbach's α 는 .822이었다.

충동구매 경향성

충동구매 경향성을 측정하기 위해서 양윤과 이채희(2000)가 개발한 충동구매 경향성 척도를 사용하였다. 충동구매 경향성은 7요인 38개 문항으로 구성되어 있으며 6점 리커트로 측정하였으나 본 연구에서는 5점 리커트로 측정하여 사용하였다. 전체 Cronbach's α 는 .945로 높게 나타났다.

중독구매

김지연(2007)이 개발한 구매중독 척도를 사용하였다. 척도는 4요인 22문항으로 구성되어 있으며, 5점 리커트 척도로 측정된다. 개발논문에서는 각 하위요인 신뢰도만 보고되어 있으며, 각 신뢰도는 갈망 .85, 금단/불편 .83, 충동구매 .70, 내성/강박 .87이었다. 본 연구에서 나타난 전체 22 문항의 신뢰도는 .949이었다.

결 과

마음챙김 소비와 관련 변인과의 관계

마음챙김 소비와 소비자 충동성, 물질주의, 자기통제력, 정서조절 능력 간의 관계성을 파악하기 위하여 상관분석을 실시하였으며 그 결과를 표 1에 제시하였다.

마음챙김 소비는 충동성($r=-.245, p<.001$)과 물질주의($r=-.138, p<.001$)와는 부적 상관이, 정서조절 능력($r=.513, p<.001$)과 자기통제력($r=.291, p<.001$)과는 정적 상관이 나타났다. 역기능적 소비행동인 충동구매 경향성($r=-.601, p<.001$)과 중독구매($r=-.620, p<.001$) 간에는 부적 상관이 나타났다.

역기능적 소비행동에 대한 마음챙김 소비의 효과

소비자 충동성, 물질주의, 자기통제력과 정서조절은 선행연구에서 역기능적 소비행동을 잘 설명하는 변인으로 나타나고 있다. 역기능적 소비행동에 대해서 소비자 충동성, 물질주의, 자기통제력과 정서조절이 설명하고 있는 것 이외에 마음챙김 소비가 추가적인 설명력을 제공하는지 검증하기 위하여 위계적 회귀 분석을 실시하였으며 그 결과를 표 3에 제시하였다.

분석결과, 마음챙김 소비는 충동구매 경향성($\Delta R^2=.165, p<.001$)에 대하여 약 17%의 추가적 설명력을 제공하고 있는 것으로 나타났으며, 중독구매에 대해서는 약 20%($\Delta R^2=.197, p<.001$)의 추가적인 설명력을 제공하고 있었다. 마음챙김 소비는 충동구매 경향성에서 $\beta=-.477(p<.00)$ 로, 중독구매에서 $\beta=-.526(p<.00)$

표 1. 마음챙김 소비와 관련변인의 상관분석

	마음챙김 소비	충동성	물질 주의	자기 통제력	정서조절 능력	충동구매 경향성	충동 구매	중독 구매
마음챙김 소비	1							
소비자 충동성	-.245***	1						
물질주의	-.138***	.389***	1					
자기통제력	.291***	-.560***	-.342***	1				
정서조절 능력	.513***	-.299***	-.171***	-.432***	1			
충동구매 경향성	-.601***	.403***	.369***	-.302***	-.436***	1		
중독구매	-.620***	.320***	.331***	-.251***	-.426***	.787***	.773***	1
평균	3.7	3.8	3.1	3.0	2.6	2.5	2.6	2.1
표준 편차	0.7	0.7	0.5	0.6	0.5	0.6	0.8	0.7

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, $n=263$ listwise deletion

표 2. 관련변인과 마음챙김 소비의 위계적 회귀분석

	충동구매 경향성		중독구매	
	model 1	model 2	model 1	model 2
	b(β)	b(β)	b(β)	b(β)
소비자 충동성	.215(.243)***	.183(.207)***	.172(.162)*	.127(.120)*
물질주의	.263(.235)***	.258(.230)***	.317(.234)***	.311(.230)***
자기통제력	.077(.072)	.096(.090)	.112(.087)	.141(.109)
정서조절 능력	-.402(-.358)***	-.149(-.133)*	-.506(-.378)***	-.167(-.125)*
마음챙김 소비		-.401(-.477)***		-.533(-.526)***
F	30.708***	49.011***	24.092***	45.666***
R ²	.319	.484	.267	.464
ΔR ²		.165***		.197***

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

로 다른 변인들에 비해 상대적 중요성이 가장 높게 나타났다.

역기능적 소비행동에 대한 관련변인들의 매개 효과 검증

마음챙김 소비가 소비자 충동성, 물질주의,

자기통제력과 정서조절에 영향을 주고, 각 변인들을 통해 역기능적 소비행동에 영향을 주는지 검증하기 위하여 Preacher와 Hayes(2008)의 SPSS 매크로를 이용하여 다중 매개분석을 실시하였으며 그 결과를 표 4에 제시하였다.

분석결과, 마음챙김 소비는 소비자 충동성과 물질주의를 유의미하게 감소시키고, 자기

표 3. 매개효과 검증에 위한 회귀분석 결과

	충동구매 경향성			중독구매			
	b	se	t	b	se	t	
전체효과	-.505	.041	-12.203	-.627	.049	-12.873***	
a경로	소비자 충동성	-.232	.057	-4.086***	-.245	.056	-4.362***
	물질주의	-.100	.046	-2.194*	-.092	.046	-2.029*
	자기통제력	.227	.46	4.900***	.234	.046	5.112***
	정서조절 능력	.384	.040	.9734***	.398	.039	10.125***
b경로	소비자 충동성	.183	.049	3.717***	.127	.060	2.124*
	물질주의	.258	.055	4.700***	.311	.067	4.676***
	자기통제력	.097	.062	1.567	.141	.075	1.871
	정서조절 능력	-.149	.062	-2.405*	-.167	.076	-2.207*
직접효과	-.402	.044	-9.139	-.533	.054	-9.851***	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, a경로는 독립→매개, b경로는 매개→종속

표 4. 간접효과의 통계적 유의미성 검증

매개변인	충동구매 경향성		중독구매	
	b	BC 95% bootstrap (lower, upper)	b	BC 95% bootstrap (lower, upper)
소비자 충동성	-.042	-.082, -.016	-.031	-.073, -.004
물질주의	-.026	-.059, -.003	-.029	-.065, -.002
자기통제력	.022	-.003, .063	.033	-.003, .085
정서조절 능력	.057	.118, .005	.066	.000, .139

통제력과 정서조절 능력을 유의미하게 향상시키는 것으로 나타났다. 단순회귀분석 결과에서도 마음챙김 소비는 소비자 충동성을 약 9%($R^2=.089$; $F=27.927$, $p<.001$; $\beta=-.298$, $p<.001$), 물질주의는 약 1.5%($R^2=.015$; $F=4.352$, $p<.05$; $\beta=-.123$, $p<.05$), 자기통제력을 약 9%($R^2=.089$; $F=27.638$, $p<.001$; $\beta=.299$, $p<.001$), 정서조절 능력을 약 27.6%($R^2=.276$; $F=106.312$, $p<.001$; $\beta=.525$, $p<.001$) 설명하고

있는 것으로 나타났다.

부트스트랩(bootstrap)을 이용한 매개효과 검증에서, 충동구매 경향성은 자기통제력을 제외하고 소비자 충동성, 물질주의, 정서조절 능력에서 통계적으로 유의미한 매개효과를 보였다. 중독구매에서는 충동성과 물질주의의 매개효과가 통계적으로 유의미한 반면, 자기통제력과 정서조절 능력은 통계적으로 유의미한 매개효과가 나타나지 않았다.

논 의

본 연구는 마음챙김 소비가 역기능적 소비 행동을 감소시키는데 도움을 주는지 그리고 어떤 과정을 통해 영향을 주는지 탐색하기 위하여 대학생들을 대상으로 진행되었다. 대표적인 역기능적 소비행동인 충동구매와 중독구매와 관련된 변인들을 선행연구들을 통해 확인하였으며, 이러한 변인들과 함께 마음챙김 소비가 역기능적 소비행동에서 어떤 역할을 하는지 탐색하였다.

연구결과, 마음챙김 소비는 역기능적 소비 행동이 충동구매와 중독구매와 각각 -.601과 -.620의 강한 부적 상관을 가지고 있었다. 이것은 자기통제력이나 정서조절 능력이 충동구매 경향성과 중독구매에 약 0.25에서 0.44 정도의 부적 상관을 보인 것에 비해 상대적으로 높은 것으로 더 큰 관련성이 있을 수 있음을 보여준다. 또한 마음챙김 소비는 촉진요인으로 가정한 충동성과 물질주의와는 부적 상관을 보였고, 억압/억제요인으로 본 자기통제력과 정서조절과는 정적 상관을 보였다.

선행연구들에서 충동구매와 중독구매에 영향을 주는 중요 변인으로 다루어지고 있는 충동성, 물질주의, 자기통제력, 정서조절 능력을 통제하고도 마음챙김 소비는 약 17%에서 20%의 추가적 설명력을 제공하고 있었다. 이것은 마음챙김 소비가 충동구매 경향성과 중독구매를 추정하는데 있어 다른 변인들과는 변별될 뿐만 아니라 우수한 설명력을 가지고 있음을 시사해주는 결과라고 할 수 있다. 또한 마음챙김 소비는 다른 변인들에 비해 상대적으로 더 우수한 설명력을 보였다. 특히, 충동구매와 중독구매를 감소시키는 억제 변인인 자기통제력이나 정서조절 능력에 비해서도 상대적으로

높은 설명력을 가지고 있는 것으로 나타나 마음챙김 소비가 역기능적 소비행동을 감소시키는데 많은 도움을 제공할 수 있음을 시사해 주고 있다. 이러한 결과에 대한 가능한 설명은 첫째, 마음챙김 소비는 직접적으로 충동을 억제하거나 통제하지 않고 충동이나 욕구로부터 개인을 분리시켜 자신을 객관화시키고, 경험의 주체로서 자신을 인식하도록 해주기(Safran & Segal, 1990) 때문에 나타난 결과일 수 있다. 둘째, 마음챙김 소비는 마케팅이나 촉진 자극으로 일어난 자동적 반응에 대한 심리적 자원 또는 여유를 소비자에게 제공함으로써 충동성을 낮추기 때문에 나타난 결과일 수 있다(Epstein, 1995).

단순회귀 분석 결과에서 마음챙김 소비는 충동성과 물질주의를 감소시키고, 자기통제력과 정서조절 능력을 향상시켰다. 즉, 마음챙김 소비는 충동구매나 중독구매와 같은 역기능적 소비행동뿐만 아니라 역기능적 소비행동에 영향을 주는 변인들에도 영향을 주었다. 특히, 마음챙김 소비는 정서조절 능력에 대하여 많은 부분($R^2=.276$)을 설명하고 있다. 이러한 결과는 마음챙김이 정서조절을 향상시킨다는 Arch와 Craske(2006)의 연구와 자기조절 능력을 향상시킬 것이라는 Epstein(1995)의 주장과 일치하는 결과이다.

매개효과 검증결과, 충동구매 경향성에서는 충동성, 물질주의, 정서조절 능력의 매개효과가, 중독구매에서는 충동성과 물질주의의 매개효과가 통계적으로 유의미하게 나타났다. 마음챙김 소비는 충동성과 물질주의를 감소시키고 자기통제력과 정서조절 능력을 향상시켜 역기능적 소비행동을 감소시킨다고 할 수 있다. 향상된 정서조절 능력은 자신의 정서를 명확히 인식하고 조절하여 충동구매나 중독구

매를 덜 하는데 도움을 제공할 수 있다. 마음챙김은 자극대상에 대하여 자동적으로 반응하려는 우리의 심리체계에 여유를 제공할 수 있고(Epstein, 1995), 개인을 자극대상으로부터 탈중심화시켜 소비자를 경험으로부터 한 발자국 물러나 자신을 보도록 하고, 경험 과정에서 자신이 주체임을 알도록 해주기 때문에(Safran & Segal, 1990) 충동이나 중독으로부터 벗어나는데 도움을 제공할 수 있다. 비록 충동성과 자기통제력 그리고 정서조절 능력의 매개효과가 상대적으로 작았지만 마음챙김 소비는 충동성을 감소시키고, 자기통제력과 정서조절 능력을 향상시켜 충동구매나 중독구매를 덜 할 수 있는 역량과 심리적 자원을 향상시킬 수 있다.

많은 선행연구에서 충동구매와 중독구매에 영향을 주는 억제/억압변수로서 언급되고 있는 자기통제력이 매개검증에서 통계적으로 유의미하지 않았다. 이것은 본 연구에서 정서조절 능력을 같이 고려하였기 때문에 나타난 결과일 수 있다. 자기통제력이 정서에 대한 조절뿐만 아니라 욕구에 대한 지연, 행동의 통제 등을 모두 포괄하는 것이라면(Kopp, 1982), 정서조절 능력은 자신의 정서를 인식하고 부정적 정서를 통제하고, 적절한 정서 활용하는 것과 같은 정서 관련된 능력(Gratz & Roemer, 2004)이라고 할 수 있다. 따라서 충동구매나 중독구매에 충동성이라는 정서가 중요한 역할을 한다고 할 때, 자기통제력보다는 정서조절 능력이 조금 더 적절한 억제 기제일 수 있다. 추가적인 분석에서 충동구매에 대하여 충동성, 자기통제력, 물질주의만을 고려하였을 때에는 자기통제력은 통계적으로 유의미하게 영향을 주었다($\beta = -.218, p < .001$). 하지만 정서조절 능력을 같이 고려하였을 때에는 통계적으로 유

의미하지 않았다($\beta = -.106, p = .116$). 또한 위계적 회귀분석을 통해 추가적 설명량을 살펴본 결과, 정서조절 능력은 충동구매에 대해 약 7%($\Delta R^2 = .066, p < .001$)의 추가적 설명력을 제공하는 반면 자기통제력은 통계적으로 유의미한 추가적인 설명력이 나타나지 않았다($\Delta R^2 = .007, p = .116$). 이는 충동구매나 중독구매에서 중요한 충동감소 기제는 자기통제력이 아니라 정서조절 능력일 수 있음을 보여주는 결과이다.

기업의 마케팅 활동과 촉진활동은 경제활동의 기초가 되기 때문에 억압하거나 억제하기 어렵다. 하지만 그 영향으로 필요하지 않은 제품을 충동적으로 구매하거나 지나치게 많은 제품을 중독적으로 구매하는 것은 개인의 삶뿐만 아니라 사회에 부정적인 영향을 줄 수 있다. 건강한 소비를 위해 소비자 스스로가 개인의 소비를 조절할 필요가 있다. 이를 위해 과거에는 충동성과 욕구를 무조건적으로 억제와 통제하는 것을 요구하였다. 하지만 마음챙김 소비는 정서와 욕구의 지연이나 통제보다는 정서와 욕구로 인해 야기되는 반사적 행동을 줄임으로써 역기능적 소비행동을 감소시킬 수 있다.

마음챙김 소비는 명상을 통해서만 향상되는 것이 아니라 일상적 훈련을 통해서도 향상시킬 수 있다. 이렇게 향상된 마음챙김 소비는 쇼핑이나 구매활동에서 일어나는 다양한 욕구와 충동에 대해 주의기울이고, 알아차림으로써 욕구와 충동으로부터 한발자국 떨어뜨려 대상을 명확하게 인식하게 해준다. 또한 촉진 자극이나 광고를 보았을 때 일어나는 충동을 명확하게 인식하게 하고, 심리적 여유를 제공하여 충동구매나 중독구매의 가능성을 감소시켜줄 수 있다.

본 연구는 소득과 소비가 제한적인 대학생

집단을 대상으로 했다는 제한점을 가지지만, 명상 수련자들이 아니라 일반인들의 마음챙김 소비가 역기능적 소비행동을 감소시킬 수 있음을 보여주고 있다는데 큰 의미를 가진다. 마음챙김 소비는 소비자가 자기 스스로를 다양한 마케팅 자극으로부터 자신을 보호하고, 건강한 소비를 하는데 도움이 될 수 있다. 또한 마음챙김 소비는 역기능적 소비행동을 감소시키는데 도움이 되는 정서조절 능력이나 자기조절 능력을 배양시키는데 도움이 되기 때문에 다양한 충동통제 상실로 일어나는 다양한 문제 행동 감소에도 도움이 될 수 있다. 이를 위해 향후 연구를 통해 마음챙김 소비가 명상이 아닌 일반적 훈련을 통해 향상될 수 있는지 그리고 그것이 역기능적 소비행동을 감소시키는지 조금 더 면밀하게 살펴볼 필요성이 있다. 또한 충동 억제적 방법에 비해 마음챙김 소비가 역기능적 소비행동 감소에 더 효과적인지도 탐색해봐야 할 것이다.

참고문헌

- 강이주 (2004). 20~30대 소비자의 강박적 구매 성향과 관련 변인과의 관계 연구. 소비자학연구, 15(4), 1-16.
- 강이주, 이영애 (2010). 20~30대 인터넷 쇼핑물 이용자의 강박적 구매성향과 인터넷 중독성향에 관한 연구. 대한가정학회지, 48(1), 67-81.
- 권오숙, 문성호 (2007). 청소년의 스트레스 및 자기통제력과 충동구매 경향성과의 관계. 청소년학연구, 14(1), 31-46.
- 김세정, 현명호 (2005). 강박구매 성향과 충동성, 일상적 스트레스 및 대처방식 간의 관계: 여대생을 중심으로. 한국심리학회: 여성, 10(1), 1-16.
- 김소영 (2001). 청소년의 쇼핑중독성향과 그 영향 요인에 관한 연구. 순천대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 김영숙 (2000). 사이버 마켓에서의 소비자 충동구매성향 분석. 대한가정학회지, 38(12), 111-129.
- 김영신, 박지영 (2006). 소비자 소외감, 물질주의가 충동구매에 미치는 영향. 한국가정관리학회지, 24(3), 27-41.
- 김은정 (2005). 패션제품의 인터넷 구매중독성향의 영향요인 연구. 연세대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 김정훈, 이은희 (2002). 돈에 대한 태도와 가치관 유형에 따른 전라북도 대학생들의 소비가치, 물질주의 태도, 구매충동. 한국가정관리학회지, 20(6), 121-128.
- 김지연 (2007). 구매중독 척도 제작과 타당화. 충북대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 김화동 (2006). 인터넷 쇼핑 충동구매유형에 따른 소비자 특성 및 구매 후 행동의 차이에 관한 연구. 한국광고홍보학보, 7(4), 297-318.
- 김희정 (2007). 소비자의 충동구매 자기합리화 기제 연구. 서울대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 남승규 (1996). 소비자 의사결정에서 가치의 영향. 성균관대학교 대학원 박사학위 청구논문.
- 문희강, 윤남희 (2009). 패션상품 충동구매 후 긍정적 감정 형성에 관한 연구: 구매 후 인지적 효용평가의 매개효과를 중심으로. 소비자학연구, 20(2), 203-220.
- 박성연, 이종미, 임숙자 (2001). 남, 녀 청소년

- 간의 자아존중감 및 물질주의 가치관과 의생활, 식생활 행동. 대한가정학회지, 39(8), 1-18.
- 박성현 (2006). 마음챙김 척도 개발. 가톨릭대학교 대학원 박사학위 청구논문.
- 성영신, 이용천, 최현덕, 김지연, 민승기 (2012). 충동구매 심리: 구매 전 제품가치경험과 충동/절제 활성화의 역할. 한국심리학회: 소비자·광고, 13(1), 1-23.
- 송원영 (1998). 자기효능감과 자기통제력이 인터넷의 중독적 사용에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 송인숙 (1991). 물질주의에 관한 고찰. 성심여자대학 생활과학연구논집, 11(1), 91-104.
- 송인숙 (1993). 소비자의 구매중독성향 및 영향 요인. 서울대학교 대학원 박사학위 청구논문.
- 송인숙 (2003). 소비자의 구매충동 제어전략에 관한 연구. 대한가정학회지, 41(12), 103-116.
- 송인숙, 이기춘 (1994). 구매중독성향에 영향을 미치는 요인의 인과적 검토. 소비자학연구 5(2), 157-172.
- 신윤철 (2009). 마음챙김명상이 회복중인 알코올 의존자의 부정적정서와 자기통제력에 미치는 영향. 중앙대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 양우식 (1995). 충동구매행동의 제 영향요인에 관한 연구: 소비자심리·내적특성을 중심으로. 서울대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 양윤, 이채희 (2000). 충동구매 경향성 척도 개발 및 타당화 연구. 한국심리학회지: 소비자·광고, 1(2), 137-168.
- 양혜승 (2006). 텔레비전 오락 프로그램 시청 이 개인들의 물질주의적 가치관 및 삶과 사회에 대한 만족도에 미치는 영향. 한국방송학보, 20(4), 121-155.
- 유연재, 김완석 (2014). 마음챙김 소비 척도 개발과 타당화. 한국심리학회: 소비자·광고, 15(2), 307-331.
- 윤남희, 문희강 (2009). 충동구매 시 긍정적 감정형성과정에서 구매위험지각과 비구매 위험지각의 역할. 한국의류학회지, 33(9), 1398-1408.
- 윤하영 (2006). 인터넷 패션제품 중독구매 성향에 관한 연구. 신라대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 이계원 (2001). 청소년의 인터넷 중독에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 박사학위 청구논문.
- 이민규, 김교헌, 권선중 (2013). 쇼핑중독(구매중독)을 설명하기 위한 심리학적 모형의 탐색. 사회과학연구, 24(3) 425-444.
- 이성수 (2008). 충동구매에서 성차: 물질주의와 인지적 종결욕구를 중심으로. 한국심리학회: 소비자·광고, 9(3), 475-495.
- 이승희 (2005). 인터넷 쇼핑 중독구매에 관한 연구모형: 인터넷 중독의 매개효과를 중심으로. 한국의류학회지, 29(1), 167-176.
- 이승희 · 신초영 (2002). 여대생들의 패션복제품 구매행동에 관한 탐색적 연구-물질주의와 쇼핑가치를 중심으로. 한국의류학회지, 26(11), 1537-1546.
- 이재환 (1995). 충동구매행위에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 서강대학교 경영대학원 석사학위 청구논문.
- 이정민 (2002). 쇼핑중독 집단의 심리적 특성: 자기개념, 우울증 및 충동성을 중심으로. 성신여자대학교 대학원 석사학위 청구

- 논문.
- 이정원 (1993). 충동구매행동의 의사결정 및 영향요인에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 박사학위 청구논문.
- 이지영, 권석만 (2006). 정서조절과 정신병리의 관계: 연구 현황과 과제. 한국심리학회: 상담 및 심리치료, 18(3), 461-493.
- 정형식, 김영심 (2006). 소비자 비만관리 행동에 있어 자아개념과 주관적 규범의 영향 및 자기통제감의 조절변수적 영향. 한국마케팅저널, 8(3) 41-74.
- 조용래 (2007). 정서조절곤란의 평가: 한국판 척도의 심리측정적 속성. 한국심리학회지: 임상, 26, 1015-1038.
- 조용래, 천성문, 차명정, 이영순 (2012). 마음챙김 명상이 군부적응 병사들의 심리적 수용, 내적통제력 및 군 생활적응에 미치는 효과. 재활심리연구, 19(2), 295-316.
- 조현진 (2011). 결정상황에서 시간적 거리, 자기 통제대상, 자기통제 및 행동유무가 후회에 미치는 영향. 이화여자대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 한정선, 김세영 (2006). 중학생의 인터넷 중독 수준에 따른 인터넷 활용 유형, 자기 통제력, 자기조절학습능력 및 학업성취도의 차이. 교육정보미디어연구, 12(2), 161-188.
- American Psychiatric Association (1994). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (4th edition) (DSM-IV). Washington, DC: American Psychiatric Association.
- Applebaum, W. (1951). Studying Consumer Behavior in Retail Stores. *Journal of Marketing*, 16, 172-178.
- Arch, J. J., & Craske, M. G. (2006). Mechanisms of Mindfulness: Emotion regulation following a focused breathing induction. *Behavior and Therapy*, 44, 1849-1858.
- Baer, A. R., Smith, T. G., Hopkins, J., Krietemeyer, J., & Toney, L. (2006). Using self-report assessment methods to explore facets of mindfulness. *Assessment*, 13, 27-45.
- Barratt, E. S., & Patton, J. H. (1983). Impulsivity: Cognitive, behavioral and psychophysiological correlates. En M. Zuckerman (Ed.), *Biological bases of sensation seeking, impulsivity and anxiety* (pp.17-122). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Barratt, E. S., & White, R. (1969). Impulsiveness and anxiety related to medical students' performance and attitudes. *Journal of Medical Education*, 44, 604-607.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670-676.
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). The strength model of self-control. *Current Directions in Psychological Science*, 16, 351-355.
- Belk, R. W. (1985). Materialism: Traits aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 12, 265-277
- Belk, R. W. (1983). Three Scales to Measure Constructs Related to Materialism: Reliability, Validity and Relationships to Measures of Happiness, in *Advances in Consumer Research*, Vol. 11, (ed.) Thomas Kinnear, Provo, UT: Association for Consumer Research, 291-297.
- Billieux, J., Rochat, L., Rebetez, M. M. L., & Van der Linden, M. (2008). Are all facets of impulsivity related to self-reported compulsive

- buying behavior? *Personality and Individual Differences*, 44, 1432-1442.
- Blaszczynski, A., Steel, Z., & McConaghy, N. (1997). Impulsivity in pathological gambling: The antisocial impulsivist. *Addiction*, 92(1), 75-87.
- Brown, K. W., & Kasser, T. (2005). Are psychological and ecological well-being compatible? The role of values, mindfulness, and lifestyle. *Social Indicators Research*, 74(2), 349-368. doi: 10.1007/s11205-004-8207-8.
- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 822-848
- Brown, K. W., Ryan, R. M., & Creswell, J. D. (2007). Mindfulness: Theoretical Foundations and Evidence for its Salutary Effects. *Psychological Inquiry*, 18, 211-237.
- Brown, K. W., Kasser, T., Ryan, R. M., Linley, P. A., & Orzech, K. (2009). When what one has is enough: Mindfulness, financial desire discrepancy and subjective well-being. *Journal of Research in Personality*, 43(5), 727-736.
- Buss, A. H., & Plomin, R. (1975). *A temperament theory of personality development*. New York: Wiley.
- Campos, J., Campos, R., & Barrett, K. (1989). Emergent themes in the study of emotional development and emotion regulation. *Developmental Psychology*, 25, 394-402.
- Carver, C. S., Lawrence, J. W., & Scheier, M. F. (1996). A control- process perspective on the origins of affect. In L. L. Martin, A. Tesser, & et- al (Eds.), *Striving and feeling: Interactions among goals, affect, and self- regulation* (pp. 11-52). Mahwah, NJ, USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- Chiesa, A., Calati, R., & Serretti, A. (2011). Does mindfulness training improve cognitive abilities? A systematic review of neuropsychological findings. *Clinical Psychology Review*, 31, 449-464.
- Cole, P. M., Michel, M. K., & Teti, L. O. (1994). The development of emotion regulation and dysregulation: A clinical perspective. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 59, 73-100.
- D'Antoni, J. S., Jr., & Shenson, H. L. (1973). Impulse Buying Revisited: A Behavioral Typology. *Journal of Retail*, 49, 63-76.
- D'Astous, A. (1990). An Inquiry Into the Compulsive Side of Normal Consumers. *Journal of Consumer Policy*, 13, 15-32.
- Desbordes, G., Negi, L. T., Pace, T. W. W., Wallace, B. A., Raison, C. L., & Schwartz, E. L. (2012). Effects of mindful-attention and compassion meditation training on amygdala response to emotional stimuli in an ordinary, non-meditative state. *Frontiers in Human Neuroscience*, 6(November), 1-15. doi:10.3389/fnhum.2012.00292
- Dittmar, H., & Bond, R. (2010). I want it and I want it now: Using a temporal discounting paradigm to examine predictors of consumer impulsivity. *British Journal of Psychology*, 101(4), 751-776.
- Epstein, M. (1995). *Thoughts Without a Thinker: Psychotherapy from a Buddhist Perspective*. New York: Basic Books,.

- Eysenck, H. J. (1967). *The biological basis of personality*. Springfield: Thomas.
- Eysenck, H. J., & Eysenck, S. B. G. (1985). *Personality and individual differences: A natural science approach*. New York: Plenum Press.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1989). Classifying Compulsive Consumers. *Advances in the Development of Diagnostic Tool. Advances in Consumer Research*, 16, 738-744.
- Fredrickson, B. L., Cohn, M. A., Coffey, K. A., Pek, J., & Finkel, S. M. (2008). Open hearts build lives: Positive emotions, induced through loving-kindness meditation, build consequential personal resources. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 1045-1062.
- Gratz, K. L., & Roemer, L. (2004). Multidimensional assessment of emotion regulation and dysregulation: Development, factor structure, and initial validation of the Difficulties in Emotion Regulation Scale. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 26, 41-54.
- Greenberg, J., Reiner, K., & Meiran, N. (2012). Mind the trap: Mindfulness practice reduces cognitive rigidity. *PLoS ONE*, 7(5), e36206. doi:10.1371/journal.pone.0036206.
- Hanley, A., & Wilhelm, M. S. (1992). Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 13(1), 5-18
- Hoch, S. J., & Loewenstein, G. F. (1991). Time-Inconsistent Preferences and Consumer Self-Control. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 492-507.
- Huppert, F. A., & Johnson, D. M. (2010). A controlled trial of mindfulness training in schools; the importance of practice for an impact on well-being. *The Journal of Positive Psychology*, 5(4), 264-274.
- Knecht, T. (1995). Joy riding: multiple criminal car rides in an intoxicated state in relation to dyssocial personality with addictive tendencies. *Archive fur Kriminologie*, 196(1-2), 1-5.
- Kopp, C. B. (1982). Antecedents of self-regulation: A developmental perspective. *Developmental Psychology*, 18, 199-214.
- Lakey, C. E., Campbell, W. K., Brown, K. W., & Goodie, A. S. (2007). Dispositional mindfulness as a predictor of the severity of gambling outcomes. *Personality and Individual Differences*, 43(7), 1698-1710.
- Lazar, S. W., Kerr, C. E., Wasserman, R. H., Gray, J. R., Greve, D. N., Treadway, M. T., McGarvey, M., Quinn, B. T., Dusek, J. A., Benson, H., Rauch, S. L., Moore, C. I., Fischl, B. (2005). Meditation experience is associated with increased cortical thickness. *Neuroreport*, 16, 1893-1897.
- Lee, S. H., Lennon, S. J. & Rudd, N. A. (2000). Compulsive consumption tendencies among television shoppers. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 28, 463-488.
- Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2010). Compulsive Buying. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36, 248-253.
- Loewenstein, G. (2000). Willpower: A Decision-theorist's Perspective. *Law and Philosophy*, 19, 51-76.
- Logue, A. W. (1995). *Self-control: Waiting until tomorrow for what you want today*. New York:

- Prentice Hall.
- Macinnis, D. J., & Patrick, V. M. (2006). Spotlight on Affect: Affect and Affective Forecasting in Impulse Control. *Journal of Consumer Psychology, 16*(3), 224-231.
- Mogelonsky, M. (1998). Keep candy in the aisles. *American Demographics, 20*, 32
- Mukerji, C. (1983). *From Graven Images: Patterns of Modern Materialism*. Columbia University Press, New York
- Nesbitt, S. (1959). Today's Housewives plan menus as they shop. *Nesbitt associates release, 2-3*.
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research, 16*, 147-157.
- Piron, F. (1991). Defining impulse purchasing. *Advances in Consumer Research, 18*, 509-514.
- Puri, R. (1996). Measuring and modifying consumer impulsiveness: A cost-benefit accessibility framework. *Journal of Consumer Psychology, 5*(2), 87-113.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods, 40*, 879-891.
- Richins, M. L. (2004). The Material Value Scale: A Re-inquiry into its measurement properties and the development of a short form. *Journal of Consumer Research, 19*, 303-316.
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research, 19*, 303-316.
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research, 14*(2), 189-199
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influence on impulse buying behaviour. *Journal of Consumer Research, 22*, 305-313
- Rook, D. W., & Hoch, S. J. (1985). Consuming impulses. *Advances in Consumer Research, 12*, 23-27.
- Safran, J. D., & Segal, Z. V. (1990). *Interpersonal process in cognitive therapy*. New York: Basic Books
- Scherhron, G. (1990). The Addictive Trait in Buying Behavior. *Journal of Consumer Policy, 13*, 33-51.
- Slagter, H. A., Lutz, A., Greishar, L. L., Francis, A. D., Nieuwenhuis, S., Davis, J. M., & Davidson, R. J. (2007). Mental training affects distribution of limited brain resources. *PLoS Biology, 5*(6): e138. doi:10.1371/journal.pbio.0050138.
- Solomon, M. R. (2004). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (6rd). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Stern, H. (1962). The significance of impulsive buying today. *Journal of Marketing, 26*, 59-62.
- Stone, D. (2012). Cultivating Financial Mindfulness: A Dual-Process Theory. In *Consumer Knowledge and Financial Decisions Part I*. International Series on Consumer Science.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality, 72*, 271-322.

- Thompson, C. J., Locander, W. B., & Pollio, H. R. (1990). The lived meaning of free choice: An existential-phenomenological description of everyday consumer experiences of contemporary married women. *Journal of Consumer Research*, 17, 346-361.
- Vohs, K. D., & Faber, R. J. (2007). Spent resources: Self-regulatory resource availability affects impulse buying. *Journal of Consumer Research*, 33, 537-547.
- Weinberg, P., & Gottwalt, W. (1982). Impulse consumer buying as a result of emotion. *Journal of Business Research*, 10, 43-57.
- Whiteside, S. P., & Lynam, D. R. (2001). The five factor model and impulsivity: Using a structural model of personality to understand impulsivity. *Personality and Individual Differences*, 30, 669-689.
- Williams. A. D., & Grisham. J. R. (2011). Impulsivity, Emotion Regulation, and Mindful Attentional Focus in Compulsive Buying. *Cognitive Therapy and Research* 36(5), 451-457
- Young, K. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyber Psychology and Behavior*, 1(3), 237-244.

원 고 접 수 일 : 2015. 01. 19.

수정원고접수일 : 2015. 02. 02.

게 재 결 정 일 : 2015. 02. 12.

The Study for Effects of Mindfulness Consumption in Dysfunctional Consumption Behavior

Wan-Suk Gim

Yeon-Jae Ryu

Ajou University

To examine the conceptual usefulness of the mindfulness consumption, we analysed correlations of the mindfulness consumption with mindfulness and compared relative powers of the mindfulness consumption and those variables such as impulsivity, materialism values, self-regulation, and self-controllability to predict impulsive and addictive buying behavior. Results showed that the mindfulness consumption and the mindfulness are distinct each other and that the mindfulness consumption has had negative correlations with both the impulsive buying and the addictive buying. Regression analysis revealed that the mindfulness had the biggest predictive power on the impulsive and addictive buying compare to impulsivity, materialism values, self-regulation, and self-controllability and showed significant additional contributions to predict impulsive buying(17%) and addictive buying(20%) when excluding the effects of those 4 antecedents. Further analysis showed that impulsivity, materialism value, and emotional control ability play a role as mediator between the mindfulness consumption and the impulsive buying, but those variables did not mediate the effect of the mindfulness consumption on addictive buying. These results interpreted as the process of the effects of mindfulness consumption on dysfunctional consumption behaviors could be different according to the types of buying behavior.

Key words : Mindfulness consumption, mindfulness, impulse buying, buying addiction, problem consumption behavior, Dysfunctional consumption behavior