

## 심적 회계에서 지출 항목의 정당성의 역할

임 혜 빈                      윤 진 현                      이 병 관<sup>†</sup>

광운대학교 산업심리학과

본 연구는 심적 회계에서 지출 정당성이 지불 의사에 미치는 역할을 확인하기 위하여 실시되었다. 소비자는 본인의 예산을 효율적으로 관리하기 위하여 지출 항목과 각 항목에 해당하는 예산을 미리 정해두는 인지적 처리 방식에 의존한다. 이를 심적 회계라고 하는데 심적 회계는 개인이 할당해둔 예산의 범위를 초과하는 소비를 하지 못하게 억제하는 자기 통제 역할을 수행한다. 본 연구에서는 미리 설정해 둔 지출 항목의 남은 예산의 영향력이 아닌 지출 항목 자체의 정당성이 소비자의 지불의사에 미치는 영향을 검증하고자 하였다. 이를 위해 총 3개의 개별 연구를 진행하였으며 연구 결과 미리 설정한 지출 항목의 예산을 초과하든 초과하지 않던 상관없이 해당 지출이 얼마나 정당한지에 대한 평가가 지불 의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이어 개인의 절약성향이 높을수록 지출 항목의 정당성에 더 큰 영향을 받는 것을 확인하였다. 마지막으로 특정한 소비가 두 개의 지출 항목으로 해석 될 수 있는 상황에서 소비자가 지출을 더 정당한 지출 항목으로 해석할수록 더 높은 지불의사를 보이는 것을 밝혀냈다. 연구 결과를 바탕으로 한계점과 추후연구를 논의하였다.

주제어 : 심적 회계, 정당화, 절약성향, 동기화된 추론

---

<sup>†</sup> 교신저자 : 이병관, 광운대학교 산업심리학과, [byungkwanlee@kw.ac.kr](mailto:byungkwanlee@kw.ac.kr)

## 서 론

소비자는 ‘하루에 외식비로 2만 원 이상을 쓰면 안 된다’와 같이 어떤 항목에 해당하는 지출의 상한선을 정해서 소비를 관리하는 경향이 있다. 소비자는 이와 같이 심적 회계를 활용해 소비자가 특정 항목에 필요 이상으로 많은 돈을 쓰지 않도록 각 항목에 대한 심리적 예산을 정해서 지출을 관리하곤 한다(Thaler, 1985). 심적 회계에서 지출항목의 예산은 소비자들이 계획적인 소비를 위해 쓰는 일종의 자기조절기제이지만 소비자들은 종종 특정지출을 정당화하는 방식으로 심적 회계를 이용하곤 한다. 기존 연구에 따르면 사람들은 지출기회가 주어졌을 때 남은 예산이 있는 항목과 관련이 있는 지출에 대해서는 높은 지불의사가 나타났지만 남은 예산이 없는 항목과 관련된 지출에 대해서는 낮은 지불의사가 나타났다(Cheema & Soman, 2006). 이렇듯 지출기회와 관련한 항목의 예산의 잉여는 지출을 정당하게 만들기 때문에 소비자의 지불의사에 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용한다. 또한 소비자는 지출이 복수의 항목에 해당될 수 있는 여지가 있을 경우 지출을 남은 예산이 있는 항목에 가깝게 해석함으로써 지출을 정당화하는 모습을 보인다(Cheema & Soman, 2006).

소비자가 지출과 관련한 지출항목의 예산의 잉여가 지출의 정당성에 영향을 준다면 지출항목 자체의 심리적 정당성이 예산의 지출한도 자체를 늘려서 소비자로 하여금 원래 지출항목의 예산의 영향을 덜 받게 할 것이라는 생각을 할 수 있다. 이와 관련하여 본 연구에서는 기존 연구에서 나타난 지출정당화에 영향을 미치는 요인인 지출 항목에 남은 예산의 존재와 지출의 해석의 모호성에 더해 지출 항

목 자체의 정당성이 지출의사에 미치는 영향을 살펴보고자 하였다. 구체적으로 본 연구에서는 다음의 세 가지 목적을 가지고 연구를 진행하였다. 첫째, 지출하려고하는 재화와 관련한 항목의 예산이 남아있어 지출정당성이 확보된 경우라 할지라도 지출항목의 성격에 따라 지출이 더 정당하다고 느껴진 계좌에 대해서 지불의사가 올라가는지 검증하고자 하였다. 둘째, 이러한 심적 계좌 자체의 정당성의 차이에 따른 지출의사의 차이가 개인의 성향에 따라 달라지는 지 확인하고자 하였다. 구체적으로, 계좌의 성격에 따른 재화의 지출정당성 지각의 차이가 개인의 절약성향에 의해 조절되는 지 살펴보고자 하였다. 셋째, 선행연구에서 복수의 지출항목에 할당될 수 있는 모호한 지출에 대한 소비자의 인지적인 해석이 지불의사에 미치는 영향을 살펴본 바와 같이 본 연구에서도 두 지출항목에 할당될 수 있는 모호한 재화에 대해 소비자가 정당한 지출항목과 관련한 재화로 해석할수록 지불의사가 올라가는지 살펴보고자 하였다.

## 이론적 배경

### 심적 회계(Mental Accounting)

심적 회계는 개인이 수입 및 지출과 관련한 모든 재정적인 활동을 평가하고 분류하고 관리하기 위해 사용하는 일종의 인지적인 처리 방식을 뜻한다(Thaler, 1999; Soman & Guville, 2001). 심적 회계는 개인이 금전적인 활동을 인식하는 것 전반을 아우르는 개념이기에 그 범위가 매우 넓으며 따라서 여러 하위 분야를 가진다. 개인이 예산을 평가하고 처리하는데

있어 특정 거래가 지출인지 혹은 수입인지 판단하는 것은 매우 중요한 요소이기 때문에 초기의 심적 회계 연구는 주로 이득과 손실의 관점에서 다루어 졌다. Kahneman과 versky (1979)에 따르면 개인은 비단 단일 거래의 손익 여부를 넘어 손실과 이익의 통합과 분리를 통해 주관적 효용을 최대화하는 방식으로 본인의 예산을 관리한다. 손실에 대한 주관적 가치는 이득의 가치보다 크게 지각되기 때문에 여러 개의 손실은 분리해서 지각할 때 보다 통합해서 지각할 때 더 높은 효용을 가진 것으로 느껴지고 이득은 분리해서 지각할 때 더 긍정적으로 느껴진다.

Thaler(1999)는 손실과 이익 구분을 넘어 지출 항목을 분류하여 예산을 관리하는 심적 회계의 과정에 주목하여 자기 통제의 도구로서의 심적 회계의 역할을 강조하였다. 소비자는 지출하고자 하는 재화의 성격에 따라 식비, 유흥비, 생활비 등으로 미리 지출 항목의 예산을 설정한 뒤, 이후의 각각에 지출에 대하여 어떤 항목에 해당하는 지출인지 꼬리표를 붙이고 미리 설정한 지출 항목의 예산에서 금액을 차감하는 방식으로 마음 속 회계장부를 관리한다(Heath & Soll, 1996). 지출하고자 하는 항목의 계좌를 미리 개설하고 항목에 예산을 할당하는 방식은 소비자로 하여금 충동구매를 하는 것을 막고 현재 예산의 상태에 따라 구매하려고 하는 제품에 대한 평가나 선호를 조정하도록 유도한다(Shefrin & Thaler, 1988). 따라서 소비자가 특정 목적에 따라 미리 설정한 지출항목의 예산은 소비자로 하여금 예산을 추가하는 더 이상의 지출을 꺼리게 하는 장치가 된다.

Heath와 Soll(1996)에 따르면 특정 항목에 대한 지출은 이어지는 동일 항목에 대한 추가

지출 의사에 영향을 미친다. 예를 들어 소비자가 스포츠 경기 티켓으로 5 만원을 지출한 상황에서 2만 원짜리 영화 표를 구매하는 것이 주는 심리적 저항감과 2만 원짜리 스웨터를 구매하는 것에 대한 심리적 저항감을 비교해 보면 동일하게 여가 항목으로 분류되는 영화 표를 사는 것에 대한 저항감을 더 크게 느낀다는 것이다. 또한 Cheema(2006)의 연구에 의하면 소비자는 미리 설정한 지출항목의 예산을 초과하는 소비를 하게 하는 재화에 대해 그렇지 않은 경우보다 낮은 구매의도를 보이며 지출이 복수의 지출항목에 할당될 수 있을 경우 예산이 남아있지 않은 지출항목보다 예산이 충분히 남아있는 항목에 가깝게 재화를 해석하는 경향을 보인다.

위에 언급한 연구들을 정리하여 보자면 소비자는 심적 회계를 통해 미리 설정한 지출 항목에서 허용하는 예산 내 지출에 대해서는 높은 지출 의사를 보이지만 예산을 초과하는 지출에 대해서는 지출을 꺼리게 되며 이와 같이 심적 회계는 소비자의 충동적인 구매를 막는 방식으로 기능한다고 볼 수 있다.

### 심적 회계와 지출 정당성

앞서 살펴본 바와 같이 소비자는 지금 하고자 하는 소비가 속한 지출 항목에서 이미 지출이 있었는지 그렇다면 해당 항목에 남은 예산은 어느 정도인지를 고려하여 해당 소비가 적당한지 아닌지를 판단한다. 심적 회계에서 지출항목의 예산의 역할은 기본적으로 지출에 대한 심리적인 상한선을 만들어서 소비자로 하여금 충동구매를 덜 하게 하는 것이지만 특정 항목에 대한 예산은 어디까지나 심리적인 제한선에 불과하기 때문에 사람들은 지출을 정당화하기 위해 심적 계좌를 유연하게 활용

하기도 한다.

이와 관련한 최근 연구에 의하면 소비자가 특정 지출기회에 직면하였을 때 지출기회에 대한 판단기준이 명확하지 않다면 지출기회를 스스로의 지출을 정당화할 수 있는 방향, 즉 남은 예산이 있는 항목과 가깝게 생각하는 경향이 있는 것으로 나타났다(Cheema & Soman, 2006). 예를 들어 한 달에 음료 값으로 6만원의 예산을 할당한 소비자는 이미 5만 9000원 정도 음료 항목에 할당된 예산을 사용한 상황에서 카페에서 커피를 마시는 것을 그냥 커피가 아닌 여가나 휴식에 가깝게 생각하는 인지적인 조정과정을 통해 4100원짜리 커피를 구입함으로써 음료계좌 할당된 예산을 초과해서 소비하는 것에 대한 죄책감을 완화시킬 수 있다. 이는 지출의 비용이 남은 예산이 거의 없는 음료 계좌가 아니라 예산이 많이 남아 있는 여가 및 휴식 계좌에서 차감되기 때문이다.

앞서 언급한 연구들을 종합하여 생각해보면 동일한 지출 항목에서의 추가 지출 여부 혹은 특정 지출 항목에 남은 예산의 양 등 소비 정당성을 결정하는 데에는 여러 요인들이 존재한다. 그러나 소비자가 본인의 지출 정당성을 확보하는 데에 있어 소비자가 설정해 둔 지출 항목 자체의 정당성에 대한 논의는 아직 면밀히 다루어 진 바가 없다. 가령 소비자가 미리 설정한 지출 항목의 예산을 벗어난 소비를 하는 상황에 직면할 경우 해당 소비가 어느 정도의 정당성을 가진 지출 항목에 속하는 소비이냐가 해당 소비에 대한 저항감에 영향을 미칠 것이다. 예를 들어, 건강관리라는 지출 항목에서 예산을 벗어난 지출을 고려하는 것과 여가라는 지출 항목에서 예산을 벗어난 지출을 고려하는 경우 예산을 초과하는 소비에 대한 저항감 수준은 다를 것이라고 예상할 수

있다. 이는 소비자가 여가에 대한 지출보다 건강관리에 대한 지출을 더 정당하다고 느낄 가능성이 높기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 지출 항목에 남아있는 예산 여부가 추가 지출에 정당성을 부여해 준다는 기존의 연구 결과를 확장하여 소비자들이 더 정당하다고 느끼는 지출 항목에 대해서는 그 항목의 계좌에 남은 잉여가 없다 하더라도 계좌의 지출한도 자체를 늘려 구매를 정당화하는 전략을 사용할 것이라고 보았다.

심적 회계가 소비 행동에 있어서의 자기 통제 도구로 사용된다는 점에 근거하면 자기 통제 능력 혹은 자기 통제 욕구의 개인차에 따라 예산을 초과하는 지출에 대한 정당성 판단 수준이 달라질 것이라고 예측할 수 있다. 구체적으로 본 연구에서는 지출 항목의 성격이 지출 정당성 평가에 미치는 영향에 있어서의 개인의 절약성향의 역할을 살펴보고자 한다. 소비 행동에 있어서의 절약성향은 자발적인 소비 절제(Lastovicka, Bettencourt, Hughner, & Kuntze, 1999)로 정의할 수 있다. Bove, Nagpal 과 Dorsett(2009)는 개인의 절약성향을 단순히 구두쇠, 인색함과 같은 부정적 관점에서 정의할 것이 아니라 효율적인 자원의 활용, 현재 상태에 대해 만족하는 경향성, 실용성에 초점을 맞춘 구매 욕구 등과 같이 긍정적 측면에서 이해할 필요가 있다고 설명하기도 하였다. 다시 말해 절약성향은 단순히 돈을 쓰는 것 자체를 꺼리는 단편적인 개념으로 이해하기 보다는 자원의 낭비를 피하고 자원을 효율적으로 소비하고자 하는 경향성으로 정의할 필요가 있다.

Bove 등(2009)에 의하면 시장의 오피니언리더 격인 마켓메이븐 성향(Feick & Price, 1987)과 절약성향은 정적 관계를 가진다. 다시 말

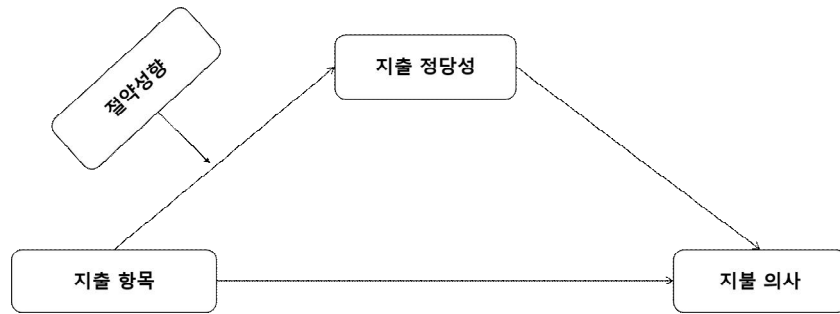


그림 1. 지출항목이 지불의사에 미치는 영향에 대한 절약성향의 조절된 매개모형

해 절약성향이 높은 소비자일수록 시장과 거래에 대한 해박한 지식 수준을 보이고 풍부한 정보에 대해 높은 수준의 인지적 노력을 기울여 본인의 예산을 효율적으로 활용하려고 한다는 것이다. 따라서 불필요한 소비를 방지하고 계획에 맞추어 자원을 활용하고자 하는 절약성향이 높은 소비자일수록 해당 지출이 정당한지 여부에 더 관심을 기울일 것이라고 예상할 수 있다. 구체적으로 절약성향이 높을수록 보다 정당하다고 판단할 수 있는 항목에 대한 지출과 정당하지 않다고 판단하기 쉬운 항목에 대한 지출을 엄격하게 구분하고자 할 것이다.

**심적 회계와 동기화된 추론**

동기화된 추론은 개인이 원하는 결론을 내리기 위해 그 것에 도움이 되는 방향으로 인지적 자원이나 지식을 활용하는 것을 뜻한다. 동기화된 추론을 설명하는 기존연구에 의하면 개인은 원하는 결론을 뒷받침할 증거들을 활용할 수 있는 경우에만 원하는 결론을 얻을 수 있다(Kunda, 1990). 즉, 동기화된 추론은 개인이 원하는 결론에 대해 스스로 납득할 수 있는 추론을 할 수 있는 경우에 나타난다. 이는 소비자는 지출을 정당화 할 수 없는 경우

미리 설정한 지출 항목의 예산을 넘어서는 소비를 할 수 없다는 Heath(1996)의 연구와 같은 맥락으로 볼 수 있다. 하지만 소비자는 자신에게 매력적인 구매대안이 여러 개의 지출항목으로 분류 될 수 있는 모호한 경우, 즉 소비자 자신이 자의적으로 재화에 대한 인지적 해석을 할 여지가 있는 경우 소비자는 동기화된 추론 전략을 사용해 지출을 정당화하는 모습을 보인다(Cheema & Soman, 2006). 예를 들어 앞서 언급한 한 달 음료 값에 6만원을 할당한 소비자의 예시 상황을 다시 생각해 볼 수 있다. 이 상황에서 소비자는 음료 예산을 거의 사용한 상황에서 이번에 커피를 구매하는 것으로 인해 미리 설정한 예산을 초과하는 소비를 하는 것을 피하기 위해 커피를 예산이 충분히 많이 남아 있는 여가 및 휴식 항목에 가깝게 해석하는 전략을 사용하는 모습을 보인다. 하지만 소비자가 음료 항목의 예산과 여가 및 휴식 항목의 예산을 모두 거의 전부 사용한 상황에 놓일 경우 소비자는 더 이상 남은 예산의 존재로 지출을 정당화 할 수 없기 때문에 지출을 정당화 할 다른 수단을 찾아야 할 필요가 있다.

지출 항목의 남은 예산의 존재와 함께 지출 항목 자체의 정당성이 구매하고자 하는 재화

에 대한 소비자의 지출정당성 지각에 영향을 미친다면 예산이 남은 항목에 가깝게 해석하는 것이 지출을 정당화시키는 것과 마찬가지로 복수의 지출항목으로 해석할 여지가 있는 재화에 대해 소비자가 지출을 더 정당한 지출 항목에 가깝게 해석할수록 더 높은 지불의사를 보일 것이다.

### 연구 1

연구 1에서는 예산 범위를 초과하지 않는 소비라고 하더라도 그 지출 기회가 포함된 항목이 정당한 항목으로 판단될 수 있느냐에 따라 해당 소비에 대한 지불의사가 달라질 것이라는 가설을 검증하고자 하였다. 연구 1의 구체적인 가설은 아래와 같다.

**가설 1.** 지출 기회가 속한 지출 항목의 예산이 남아 있더라도 항목의 성격에 따라 해당 지출이 정당하다고 느껴지는 정도에 따라 지불의사에 차이가 있을 것이다.

### 연구 방법

#### 연구 대상

본 연구는 사회조사기관에 의뢰하여 온라인으로 응답을 수집하는 방식으로 진행되었다. 총 105명(남자49.5%)의 2, 30대 참가자들이 본 연구에 참여하였으며 응답자의 평균연령은 29.5세(SD=5.4)였다.

#### 실험 설계 및 자극 선정

본 연구의 첫 번째 가설인 ‘지출 기회가 속한 지출 항목의 예산이 남아 있더라도 항목의 성격에 따라 해당 지출이 정당하다고 느껴지는 정도에 따라 지불의사에 차이가 있을 것이다.’를 검증하기 위해 ‘지출 항목이 정당한 조건(이하 교육 조건)’과 ‘지출 항목이 정당하지 않은 조건(이하 의류 조건)’의 집단 간 설계로 실험을 진행하였다. 본 연구에서는 지출 항목 자체의 성격의 차이를 명확히 보기 위해 상대적으로 지출 항목의 수가 적다고 예상할 수 있는 대학생 연구 집단으로 선정하였다. 참가자들은 가상의 대학생이 지출을 고려하는 시나리오를 읽고 질문에 응답하였다. 대학생의 소비 생활이라는 상황을 고려하여 ‘지출 항목이 정당한 조건’에서는 ‘교육’ 항목에 대한 지출을 고려하는 상황을 가정하였고 ‘지출 항목이 정당하지 않은 조건’에서는 상대적으로 지출에 정당성을 부여하기 힘든 의류 항목에 대한 지출을 고려하는 상황을 가정하였다. 대학생 28명을 대상으로 한 사전조사를 통해 교육 항목에 해당하는 전형적인 지출기회로는 토익 강좌 수강권을 선정했고 의류항목에 해당하는 지출 기회로는 반팔셔츠를 선정하였다.

#### 실험 절차

참가자들은 가상의 시나리오를 읽고 관련된 문항에 응답하였다. 먼저 식비, 교통비, 저축 등 매달 필수적으로 나가는 지출을 제외한 지출을 효과적으로 관리하기 위하여 항목별로 예산을 관리하고 있는 대학생 A씨의 월별 가계부 지출내역을 제시하였다. 구체적으로 참가자들은 A씨의 지난 6개월간의 지출 내역을

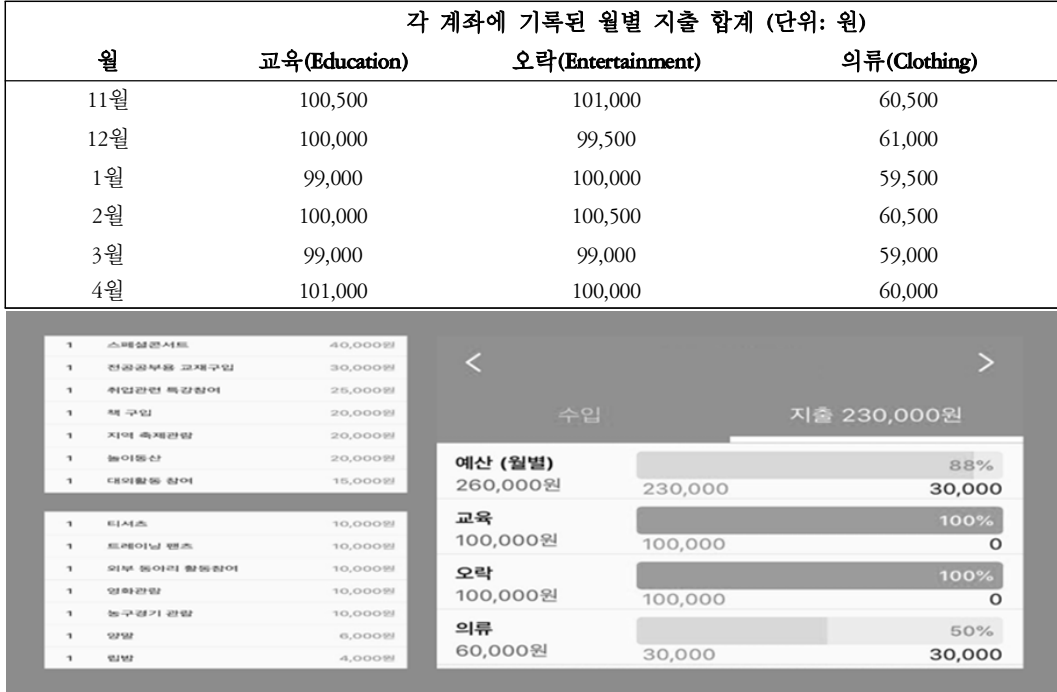


그림 2. 의류항목 조건 자극

보여주는 월별 가계부 지출내역을 참가자가 엄격하게 항목별로 지출을 관리 해왔음을 인지한 후 현재 달의 지출 내역을 보았다(그림 2). 지출항목이 정당한 참가자들에게는 교육항목에서 3만원의 예산이 남은 것으로 제시하였고 지출 항목이 정당하지 않은 조건의 참가자들에게는 의류 항목에서 3만원의 예산이 남은 것으로 제시하였다. 교육 항목에 예산이 남아있는 경우 토익 강좌 수강권에 대한 지출기회가 제시되었고 의류 항목에 예산이 남아있는 경우 반팔셔츠에 대한 지출기회가 제시되었다. 두 지출기회의 가격은 25000원으로 동일하였다. 시나리오와 남은 예산의 항목과 지출기회를 확인한 뒤 참가자들은 주어진 지출 기회에 대한 구매의도, 지출기회의 정당성, 가격의 적절성에 대한 단일문항에 대해 9점 척도로 응

답하였다.

### 지불 의사

참가자들은 제시된 지출 기회에 대한 지불 의사를 묻는 ‘당신은 이 지출기회에 지출을 할 것입니까?’ 라는 단일 문항에 대해 9점 척도로 응답하였다(1=절대 지출하지 않는다, 9=무조건 지출한다).

### 지출 정당성

제시된 지출 기회에 대한 지불 정당성을 측정하기 위하여 ‘이 지출은 얼마나 정당한 것 같습니다?’ (지출이 정당하다고 함은 자신이 생각할 때나 타인이 본다고 생각했을 때 이 지출을 하는 것이 합당하다고 느껴지는 정도를

뜻합니다.)’ 라는 단일문항에 대해 9점 척도로 응답하도록 하였다(1=절대 지출하지 않는다, 9=무조건 지출한다).

### 가격에 대한 인식 정도

지출 기회에서 제시한 재화(토익 강좌 수강권, 반팔 셔츠)의 가격 자체를 적당하다고 인식하는 정도를 측정하기 위해 ‘해당 지출의 가격(25000원)이 얼마나 적당한 것 같습니다?’ 라는 단일 문항에 대해 9점 척도로 응답하였다(1=전혀 적당하지 않다, 9=매우 적당하다).

### 연구 결과

지출 항목을 독립 변인으로 하는 독립표본 t 검정 결과 의류항목 조건에 대한 지출의사( $M_{의류} = 5.04, sd = 2.15$ )보다 교육항목 조건에 대한 지출의사( $M_{교육} = 6.32, sd = 1.99$ )가 더 높게 나타났다( $t(103) = -3.166, p < .05$ ). 지출정당성 지각 또한 의류항목 조건( $M_{의류} = 5.56, sd = 2$ )에서 보다 교육항목 조건( $M_{교육} = 6.74, sd = 1.862$ )에서 더 높게 나타났다( $t(103) = -3.122, p < .05$ ). 두 조건에서 나타난 지출의사의 차이를 지출에 대한 정당성 지각정도가 매개하는지 확인하기

위해 Hayes(2013)의 SPSS Process Macro Model 4를 사용해 심적 계좌의 지출항목을 독립 변인으로 하고, 지출정당성 지각을 매개변인, 지출의사를 종속 변인으로 하는 매개효과 분석을 실시하였다. 이때 각 조건에서 주어진 재화(토익 강좌 수강권, 반팔 셔츠)의 가격이 적당하다고 인식하는 정도가 지출항목의 정당성과 상관없이 지불 의사에 영향을 미칠 수 있기에 각 재화의 가격에 대한 인식 정도를 통제 변인으로 하고 분석을 진행하였다. 분석 결과 가격에 대한 인식정도를 통제한 상황에서 심적 회계의 지출항목이 지출정당성에 영향을 미치는 경로계수의 신뢰구간이  $-.5255$ 와  $.6222$ 로 0을 포함해 통계적으로 유의하지 않게 나타나 모형이 적합하지 않은 것을 확인하였다.

### 연구 1 논의

연구 1에서는 특정 지출 기회가 속한 지출 항목의 예산이 남아있는 상황에서 지출 항목이 정당한지에 대한 평가에 따라 지출 의사가 달라지는지 확인하고자 하였다. 연구 결과 지

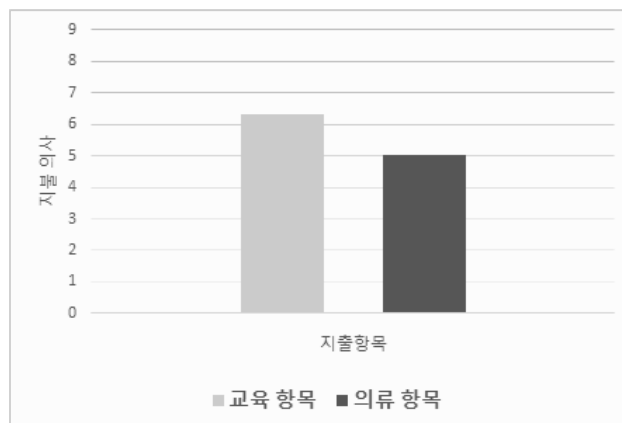


그림 3. 교육항목과 의류항목에 대한 지불의사



출항목에 따라 지출 의사와 지출 정당성 지각의 차이가 유의하게 나타나 지출 항목의 성격이 지출 정당성 지각과 지출 의사에 미치는 영향을 일부 확인할 수 있었다. 그러나 가격에 대한 인식을 통제된 상황에서 지출 정당성 지각을 매개 변인으로 한 매개효과 분석을 실시한 결과 지출항목의 성격이 지출정당성 지각에 미치는 영향은 유의하게 나타나지 않았다.

이러한 결과는 다음의 두 가지 가능성에 기인한 것으로 보인다. 첫째, 교육 항목에 대한 지출 조건과 의류 항목에 대한 지출 조건 모두에서 지출하고자 하는 재화와 관련한 계좌의 예산이 충분히 남아 있었기 때문에 계좌 자체의 심리적 정당성을 소비자가 생각하지 않더라도 계좌의 남은 잉여로 지출을 정당화할 수 있기 때문일 수 있다. 둘째, 의류라는 소비 항목자체의 비교적적인 재화 성격에 기인할 수 있다. 의류 구매는 패션 제품을 구매하는 쾌락적 목적만 있는 것이 아니라 생활 필수품을 구매하는 실용적 목적을 가지고 있을 수 있기 때문에 의류 항목에서의 지출 정당성이 교육 항목에 대한 지출 정당성과 지불 의사에 영향을 끼칠 만큼의 차이를 가지지 않았을 수 있다. 이와 같은 논의를 바탕으로 연구1의 한계를 보완할 수 있는 방향으로 두 번째 연구를 시행하였다. 구체적으로 연구 2에서는 지출 항목에 남은 예산이 없다고 가정한 상태에서 지출 정당성의 차이가 명확한 지출 상황들을 비교하고자 하였다.

## 연구 2

연구2는 다음의 두 가지 목적을 가지고 시행하였다. 첫째, 지출 항목의 예산을 다 사용

한 상황에서 지출 항목 자체의 성격이 지출 정당성 지각과 지불 의사에 미치는 영향을 확인하고자 하였다. 둘째, 지출항목 자체의 성격이 재화의 지불 의사에 미치는 경로에서의 개인의 절약성 수준이 미치는 영향을 확인하고자 하였다. 구체적으로 자원을 효율적으로 소비하고자 하는 절약성 수준이 높은 참가자의 경우에는 예산을 초과하는 지출 항목이 정당화가 여부에 더 큰 영향을 받을 것이라고 예측하였다. 연구 2의 가설은 다음과 같다.

**가설 2.** 지출 기회가 속한 지출 항목의 예산이 남아 있지 않을 때 항목의 성격에 따라 해당 지출이 정당하다고 느껴지는 정도에 따라 지불 의도에 차이가 있을 것이다.

## 연구 방법

### 연구 대상

본 연구는 온라인으로 응답을 수집하는 방식으로 진행되었다. 총 161명(남자 39.1%)의 2, 30대 참가자들이 본 연구에 참여하였으며 응답자의 평균연령은 29.8세(SD=5.63)였다.

### 실험절차

연구 2는 다음의 세 가지 사항을 제외하고는 연구 1과 같은 집단 간 설계로 진행되었다. 첫째, 연구 1에서는 지출 정당성이 높은 지출 항목으로 교육 항목을 설정하고 지출 정당성이 낮은 지출 항목으로 의류 항목을 설정하였지만 연구 2에서는 지출 정당성이 낮은 지출 항목으로 오락 항목으로 대체하였다. 오락 항

목과 관련한 재화로는 뮤직 콘서트 티켓을 선정하였다. 둘째, 연구 1에서는 모든 실험 조건에서 지출하고자 하는 재화가 속한 항목에 예산이 충분히 남아 있었지만 연구 2에서는 모든 실험 조건에서 지출하고자 하는 항목의 예산이 남아있지 않았다. 참가자들은 연구 1에서와 마찬가지로 가상의 대학생의 한 달간 지출 내역을 살펴보고 해당 대학생이 추가적으로 토익 강좌 수강권 구매 혹은 뮤직 콘서트 티켓에 지출을 고려하고 있다는 시나리오를 읽었다. 예를 들어 지불 정당성이 높은 교육 항목 조건에 할당된 참가자의 경우 현재 대학생 A씨는 오락 항목과 교육 항목의 한 달 치 예산을 다 사용 하였고 의류 항목에 쓰지 않고 남은 돈이 3만원 있는 것을 확인 한 뒤 25,000원의 토익 강좌 수강권에 대한 지불 의사에 응답하였다. 마지막으로 참가자들은 시나리오를 절약성향을 측정하기 위한 문항에 추가적으로 응답하였다.

#### 측정문항

##### 지불 의사

참가자들은 제시된 지출 기회에 대한 지불 의사를 묻는 ‘당신은 이 지출기회에 지출을 할 것입니까?’ 라는 단일 문항에 대해 9점 척도로 응답하였다(1=절대 지출하지 않는다, 9=무조건 지출한다.)

##### 지출 정당성

제시된 지출 기회에 대한 지불 정당성을 측정하기 위하여 ‘이 지출은 얼마나 정당한 것 같습니다?(지출이 정당하다고 함은 자신이 생각할 때나 타인이 본다고 생각했을 때 이 지출을 하는 것이 합당하다고 느껴지는 정도를

뜻합니다.)’ 라는 단일문항에 대해 9점척도로 응답하도록 하였다(1=절대 지출하지 않는다, 9=무조건 지출한다).

##### 가격에 대한 인식 정도

지출 기회에서 제시한 재화(토익 강좌 수강권, 콘서트 티켓)의 가격 자체를 적당하다고 인식하는 정도를 측정하기 위해 ‘해당 지출의 가격(25000원)이 얼마나 적당한 것 같습니다?’ 라는 단일 문항에 대해 9점 척도로 응답하였다(1= 전혀 적당하지 않다, 9= 매우 적당하다).

##### 절약성향

참가자의 절약성향을 측정하기 위해, 권미화와 이기춘(2000)의 연구에서 사용한 소비 가치 척도 중 절약성과 관련한 소비 가치를 나타내는 하위 6 문항을 활용해 절약성 척도를 구성하였다. 피험자들은 ‘고장 난 물건은 고쳐서 쓰는 것이 좋다.’, ‘될 수 있으면 물건을 싸게 사도록 노력해야 한다.’와 같은 문항에 대해 9점 척도로 응답하였다. (1=전혀 그렇지 않다, 9=매우 그렇다) (Cronbach's  $\alpha = .799$ ).

##### 연구 결과

지출 항목에 따른 지불 의사의 차이를 검증해본 결과 예산을 초과하는 교육 항목에 대한 추가 지불 의사와 예산을 초과하는 오락 항목에 대한 추가 지불 의사의 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다( $t(130)=3.519, p<.001$ ). 지출 항목이 지출 정당성에 미치는 영향에 대한 절약성향의 조절효과를 검증하기 위해 Hayes (2013)의 SPSS Model 1을 사용해 분석을 실시

하였다. 분석 결과 절약성향과 지출 항목의 상호작용이 지출정당성 지각에 미치는 영향이 유의하게 나타나( $\beta=-.5377$ ,  $p=.007$ , CI[-.9254, -.1490]) 절약성의 조절 효과모형이 지지되었다.

지출 항목의 성격이 지출 정당성 지각에 미치는 영향을 개인의 절약성 수준이 어떻게 조절하는지를 구체적으로 확인하기 위하여 절약성향의 평균을 기준으로 1 표준편차 높은 집단과 1 표준편차 낮은 집단으로 나눈 뒤 추가로 이원분산분석을 실시하였다.

표 1에 나타난 것과 같이 절약성향에 따라 지출항목이 지출정당성 평가에 미치는 영향을 나타내는 회귀계수의 통계적 유의성이 다르게 나타나는 것이 확인되었다. 이원분산분석 결과 절약성향과 지출항목의 상호작용 효과가

나타나 그림 4에 제시된 바와 같이 절약성이 낮은 참가자는 지출 항목의 성격과 상관없이 유사한 수준의 지불 의사를 보였지만 상대적으로 절약성의 수준이 높은 개인은 교육 항목이나 오락항목에 따라 재화의 지출 정당성을 다르게 지각하였다( $F(1,50)=7.31$ ,  $p<.01$ ).

지출 항목과 지불 정당성이 지불 의사에 미치는 영향에 대한 절약성향의 조절된 매개효과 검증하기 위해 Hayes(2013)의 SPSS Process Macro의 Model 7을 사용해 분석을 실시하였다. 토익 강좌 수강권과 뮤지컬 티켓 가격이 적당 한가에 대한 개인의 판단이 지불 의사에 영향을 미칠 수 있기 때문에 가격에 대한 인식 정도를 통제 변인으로 설정하고 분석을 실시하였다. 분석 결과 표 2에 나타난 것과 같이 지

표 1. 심적 회계 항목이 지출정당성 지각에 미치는 영향에 대한 절약성향의 조절효과

절약성	$\beta$	se	t	p	LLCI	ULCI
5.72	-.0327	.4325	-.0748	.9404	-.8975	.8320
7.1667	-.7886	.2938	-2.6845	.0081	-1.3692	-0.208
8.3333	-1.3982	0.4397	-3.1801	0.0018	-2.2671	-.5293

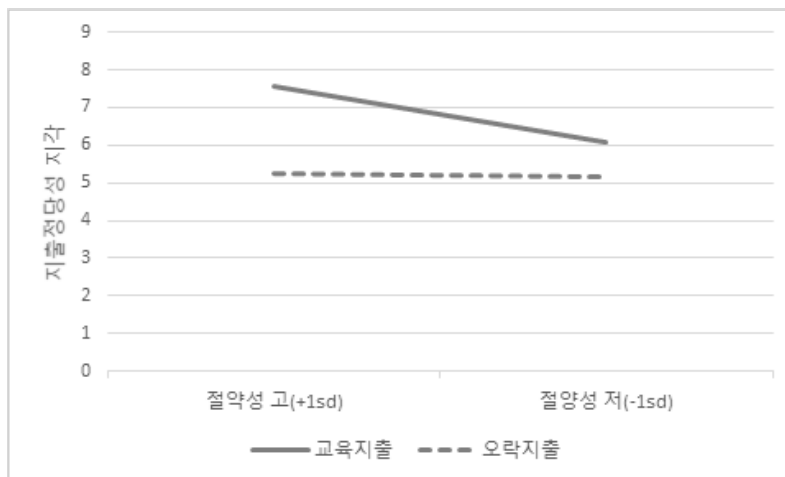


그림 4. 지출 항목이 지출 정당성 지각에 미치는 영향에 대한 절약성향의 조절효과

표 2. 조절된 매개효과 모형 검증

항목	매개변수 모형(DV: 지출정당성 지각)						
	변수	$\beta$	se	t	p	LLCI	ULCI
상수항		-8.5824	5.0523	-1.6987	.0915	-18.5676	1.4027
지출 항목 (교육/오락)		2.6401	1.3995	1.8865	.0612	-.1258	5.406
절약성향		2.1051	.7067	2.9788	.0034	.7084	3.5017
지출 항목 x 절약성향		-.5377	.1967	-2.7342	.007	-.9264	-.149
종속변수 모형(DV: 지출의사)							
변수	$\beta$	se	t	p	LLCI	ULCI	
상수항		1.2609	1.184	1.065	.2886	-1.0789	3.6007
지출정당성 지각		.6313	.0895	7.0509	.0000	.4544	.8082
지출 항목 (교육/오락)		.1456	.0848	1.7180	.0879	-.0219	.3132

출 정당성 지각이 지불 의사에 미치는 영향이 유의하게 나타나( $\beta=6313$ ,  $p<.001$ , CI[.4544, 8082]) 지출 항목이 지출 정당성 지각을 거쳐 지불 의사에 영향을 주는 간접 효과를 절약 성향이 조절하는 조건부 간접효과 모형이 지

### 연구 2 논의

연구 2에서는 지출 항목의 잉여가 남아 있지 않은 상황에서 심적 회계의 지출 항목 자체가 가지는 지출 정당성이 지불 의사에 미치는 영향을 확인하고 이를 조절하는 개인의 절약성향의 영향을 살펴보았다. 이후 심적 회계에서 설정한 지출 항목에서의 잉여가 동일한 항목의 추가 지출 의사를 상승시킨다는 기존 연구를 확인하기 위하여 연구 1의 교육 조건

과 연구 2의 교육 조건에 대한 참가자의 응답을 통하여 추가 분석을 실시하였다. 교육 항목에서의 예산이 남아있는 조건(연구1)과 교육 항목 예산이 남아있지 않은 조건(연구2)을 독립 변인으로 하고 지불 의사를 종속 변인으로 하는 두 독립표본 t-검증 결과 두 조건 간의 유의미한 차이가 나타나지 않았다( $t(127)=-.673$ ,  $p=.502$ ). 이는 지출 항목 자체가 충분히 정당성을 가지고 있는 경우 남은 예산의 유무가 지불 의사에 영향을 미치지 않는다는 본 연구의 입장을 지지하는 결과이다.

### 연구 3

Cheema와 Soman(2006)은 지출 기회가 어떤 지출 항목에 속하는지 판단 기준이 명확하지 않다면 지출 기회를 스스로의 지출을 정당화

할 수 있는 방향, 즉 남은 예산이 있는 항목과 가깝게 생각하는 경향이 있다고 설명하였다. 연구 3은 이 연구의 결과를 확장하여 지출 기회가 여러 지출 항목에 포함될 수 있지만 모든 지출 항목에 남은 예산이 없을 경우보다 정당화하기 쉬운 지출 항목으로 해당 지출을 해석할 것이라는 기대를 확인하기 위하여 실시하였다. 연구3의 가설은 다음과 같다.

**가설 3.** 모든 지출 항목의 예산이 남아 있지 않은 상황에서 하나의 지출 기회가 복수의 지출 항목에 해당될 수 있을 경우 지출 기회를 소비를 정당화할 수 있는 항목에 가깝게 해석할수록 지불 의사가 올라갈 것이다.

## 연구 방법

### 실험설계 및 대상

본 연구는 사회조사기관에 의뢰하여 온라인으로 응답을 수집하는 방식으로 진행되었다. 총 78명(남자 33.3%)의 2, 30대 참가자들이 본 연구에 참여하였으며 응답자의 평균연령은 29.4세(SD=5.54)였다.

### 연구 절차

연구 3은 시나리오에 언급한 지출 기회를

제외하고는 연구 2와 동일한 방식으로 진행하였다. 첫째, 시나리오 상의 지출 기회가 단일 지출 항목이 아닌 복수의 지출 항목에 해당될 수 있도록 구성하였다. 참가자들은 앞의 연구에서와 마찬가지로 가상의 대학생의 한 달간 지출 내역을 살펴보았다. 이후 해당 대학생이 추가적으로 공부도 할 수 있고 공연도 볼 수 있는 라이브 카페에 가는 것을 고려하고 있다고 언급하였다. 참가자들이 실제로 읽은 시나리오는 그림 5에 제시하였다.

대학생 28명을 대상으로 한 사전 조사에서 시나리오에 언급한 라이브 카페 지출이 오락 항목의 지출에 가까운지 혹은 교육 항목의 지출에 가까운지 묻는 문항을 통해(1= 매우 실용적이다, 9= 매우 쾌락적이다) 지출의 전형성 정도를 확인하였고 중간 값인 5에 대해 단일표본 t검정을 실시 한 결과 응답에 있어 통계적으로 유의미한 차이가 발견되지 않아 연구 목적에 적합한 지출 기회임을 확인하였다( $p>.599$ ). 실험 3의 참가자들은 시나리오를 읽고 이 시나리오에 제시된 지출 기회를 전형적 교육 항목 지출로 분류할 것인지 오락 항목 지출로 분류할 것인지를 묻는 교육 항목으로의 해석 문항과 지불 의사, 지불 정당성, 가격에 대한 인식 정도에 응답하였다.

### 교육 항목으로의 해석

교육 항목으로도 혹은 오락 항목으로도 해석할 수 있는 지출에 대하여 ‘해당 지출은 일

당신은 몇 달 정도 같은 시험을 함께 준비하고 있는 스터디 원이 있습니다. 가게부 어플로 월별 지출을 살펴보던 중 스터디원 으로부터 연락이 왔습니다. 스터디원은 같이 라이브 카페에 가자고 제안합니다. 이 라이브카페에서는 일정가격만 지불하면 낮에 종일 공부할 수 있는 장소를 제공하고 저녁에는 라이브 공연을 제공합니다. 스터디원의 제안을 받아들일 경우 예상되는 지출은 25,000원 입니다.

그림 5. 연구 3 시나리오

마나 전형적으로 오락 항목에 해당하는 질문입니까?’와 ‘해당 지출은 얼마나 전형적으로 교육 항목에 해당하는 지출입니까?’ 라는 두 단일 문항에 대해 9점 척도로 응답하였다(1= 전혀 전형적이지 않다, 9= 매우 전형적이다).

### 지불 의사

참가자들은 제시된 지출 기회에 대한 지출 의사를 묻는 ‘당신은 이 지출기회에 지출을 할 것입니까?’ 라는 단일 문항에 대해 9점 척도로 응답하였다(1=절대 지출하지 않는다, 9=무조건 지출한다).

### 지출 정당성

제시된 지출 기회에 대한 지불 정당성을 측정하기 위하여 ‘이 지출은 얼마나 정당한 것 같습니까?(지출이 정당하다고 함은 자신이 생각할 때나 타인이 본다고 생각했을 때 이 지출을 하는 것이 합당하다고 느껴지는 정도를 뜻합니다.)’ 라는 단일문항에 대해 9점 척도로 응답하도록 하였다(1=절대 지출하지 않는다, 9=무조건 지출한다).

### 가격에 대한 인식 정도

지출 기회에서 제시한 재화의 가격 자체를 적당하다고 인식하는 정도를 측정하기 위해 ‘해당 지출의 가격(25000원)이 얼마나 적당한 것 같습니까?’ 라는 단일 문항에 대해 9점 척도로 응답하였다(1=전혀 적당하지 않다, 9=매우 적당하다).

## 연구 결과

변수 간 상관분석을 실시한 결과 참가자가

여러 항목으로 해석 가능한 지출기회를 교육 항목으로 해석하는 정도와 지출정당성 지각의 상관계수가  $r=.426, p<.01$  이고 지출기회를 교육항목으로 해석하는 정도와 지불의사의 상관계수가  $r=.414, p<.01$  으로 나타났다.

이후 가설4를 검증하기 위해 Hayes(2013)의 SPSS Process Macro에서 Model4를 사용하여 해당 지출을 교육 항목에 가깝게 해석하는 정도를 독립 변인으로 하고 지출 정당성 지각을 매개변인, 지불 의사를 종속 변인으로 하는 간접효과 모형에 대한 검증을 시행하였다. 분석 결과, 라이브카페에서의 지출을 교육 항목에 가깝게 분류하는 정도가 지출 정당성을 거쳐 지출 의사에 영향을 주는 간접효과 경로가 유의하게 나타났다( $\beta=.3366, CI[.1154, 5769]$ ).

다시 말해, 라이브 카페에서의 지출을 교육 항목으로 해석할수록 지출정당성을 높이 평가하였으며 나아가 더 높은 지불 의사를 확인할 수 있었다. 지출기회를 오락항목에 가깝게 해석하는 정도가 지출정당성지각에 미치는 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났다( $\beta=.1772, CI[-.0375, 3920]$ ).

## 종합 논의

본 연구의 목적은 심적 회계 운영에 있어 소비자가 해당 지출을 정당화하는 방식을 이해하는데 있다. 구체적으로 본 연구의 연구 1에서는 예산 범위를 초과하지 않는 소비라고 하더라도 그 지출 기회가 포함된 항목이 정당한 항목으로 판단될 수 있느냐에 따라 해당 소비에 대한 지불 의사가 달라질 것이라는 가설을 검증하고자 하였다. 따라서 연구 1에서는 예산이 남아있는 각기 다른 항목에 속하는

두 지출 기회에 대한 지불 의도를 해당 지출에 대한 정당성 평가가 매개할 것이라는 가설을 검증하였다. 연구 2에서는 지출 하고자 하는 항목의 예산이 남아 있지 않아서 지출을 정당화 할 수 없는 상황에서 지출 기회의 성격이 지출 정당성 지각과 지불 의사에 미치는 영향을 알아보고 개인의 절약성 수준이 지출 정당성 지각에 미치는 영향을 확인해 보고자 하였다. 연구 결과 지출 항목이 지출 정당성 지각을 거쳐 재화의 지불 의사에 영향을 미치는 간접 효과를 개인의 절약 성향이 조절하는 조절된 매개모형이 지지되었다. 연구 3에서는 소비자가 지불하려고 하는 재화가 복수의 지출항목에 할당될 수 있을 경우 소비자가 재화를 더 정당한 지출 항목에 가깝게 해석할수록 즉 더 교육항목에 가깝게 생각할수록 더 높은 지불 의사를 보임을 확인하였다. 구체적으로 소비자가 여러 항목으로 해석 가능한 지출을 교육 항목에 가깝다고 해석하는 정도가 지출 정당성 지각에 영향을 미쳐 지불 의사에 정적 영향을 미치는 간접 경로가 유의하게 나타났다. 또한 소비자가 지출항목을 오락항목으로 해석하는 정도가 지출정당성 지각에 미치는 경로가 유의미하지 않은 것으로 나타나 지출을 더 정당하지 않은 항목으로 해석하는 것의 부적 효과는 나타나지 않는 것으로 확인되었다.

이상의 결과는 다음의 두 가지 이론적 함의를 가진다. 우선 본 연구는 심적 계좌의 예산이라는 기존연구의 한계에서 벗어나 소비자로서 하여금 미리 설정한 지출 항목의 예산을 벗어나서 소비하는 것에 대한 불편함을 덜 느끼게 만드는 심적 계좌 자체의 정당성의 차이의 영향을 밝힌 것에 의의가 있다. 이는 향후 심리 회계와 관련한 연구에 있어서 단지 지출 항목

의 남은 예산의 양뿐만이 아니라 지출정당성에 영향을 미치는 다른 요인의 영향 또한 살펴볼 필요가 있다는 점을 시사한다. 예를 들어 선행연구에 따르면 개인은 특정 행동을 하기 전에 그 행동이 나와 타인 모두에게 도움이 된다고 생각한다면, 즉 ‘우리’에게 도움이 된다고 생각하면 그 행동을 정당하게 지각하는 경향이 있다(Erat & Gneezy, 2012). 이러한 연구 결과에 근거해서 생각해 볼 때 소비자가 구매하고자 하는 재화를 나와 타인이 같이 쓰는 공동 계좌와 관련한 항목에 가깝게 생각할수록 지출 정당성 지각과 지불의사가 상승하는 지 추후연구에서 검증해볼 수 있을 것이다. 또한 본 연구에서는 다루지 않았지만 지출항목의 남은 예산과 지출 항목자체의 정당성의 상호작용의 영향 또한 추후연구에서 다뤄질 수 있을 것이다.

둘째, 심적 회계의 운용에 있어 지출 항목의 성격, 지출 항목의 잉여 등 지출 항목 자체의 특성이 아닌 소비자 개인의 성향이 심적 계좌의 이용 전략에 미치는 영향을 살펴보았다는 데 의의가 있다. 근래 심적 회계의 연구는 심적 회계의 매커니즘을 파악하는 것보다는 소비자가 처한 정서적 상황이나 소비자 개인의 성향이 소비자가 심적 회계를 운용하는데 어떤 영향을 미치는지에 더 주목하고 있다. Loureiro(2015)의 연구에서는 긍정적인 정서상태가 소비자로서 하여금 지출을 정당화하는 방식으로 심적 회계를 이용할 동기를 감소시킨다는 것을 밝혔다. 또한 Hossain(2018)는 이러한 연구 흐름의 일환으로 소비자의 심적 회계를 다루는 것에 영향을 미치는 분석적 사고방식(Analytic Thinking)과 종합적 사고방식(Holistic Thinking)의 영향을 밝힌 바 있다. 분석적 사고방식을 가질 경우 사물을 범주화하는 방식으

로 심적 회계를 운용하지만 종합적 사고방식을 가질 경우 제품에 대한 유연한 범주화가 가능하기 때문에 지출항목의 영향을 상대적으로 덜 받게 된다는 것이다.

본 연구에서는 심적 회계가 자원을 효율적으로 사용하기 위한 자기 통제 도구로 사용된다는 점에 주목하여 실용적 소비를 추구하는 절약성향이 높은 개인의 경우 심적 회계 내의 지출 항목의 성격에 보다 큰 영향을 받는다는 것을 확인하였다. 추후 연구에서는 소비 행동 영역에서의 자기 통제력과 관련이 있는 기타 변인들을 활용하여 심적 회계 이용 전략에 영향을 미치는 개인차 변인을 추가적으로 탐색해 볼 필요가 있다.

본 연구는 소비자가 지출 항목에 남은 예산을 이용하는 것뿐만이 아니라 지출항목 자체의 정당성을 이용해 지출을 정당화하기도 한다는 것을 밝힌 것에 실질적 의의를 가진다. 본 연구에서 사용한 재화들은 온라인 강의나 음악 콘서트처럼 심적 계좌의 지출항목에 전형적으로 해당되는 재화들이지만 현실세계의 재화들은 연구 3의 재화처럼 지출의 분류의 있어서 소비자의 자의적인 해석이 들어갈 여지가 많기 때문에 본 연구는 소비자에게 재화의 지출을 자의적으로 분류할 여지를 주는 것이 소비자의 지출정당화와 지불의사에 영향을 줄 수 있다는 마케팅적 함의를 줄 수 있다. 예를 들어 보드게임에 대한 지출은 일반적으로 소비자가 오락 항목에 가깝게 여기는 지출이지만 보드게임은 유아의 수학적사고와 사회적 기술의 발달에 도움을 주기 때문에(임수진, 이정욱, 2005) 재화로서 교육항목과 오락항목 사이의 모호한 지점에 위치한다고 볼 수 있다. 이와 같이 특정제품이 해당하는 지출항목에 대한 소비자의 인식과 실제 그 제품이 해당될

수 있는 지출항목이 다른 경우 이러한 모호성을 드러내는 방식을 마케팅에 활용하여 재화에 대해 소비자 스스로 지출정당성을 확보할 수 있게끔 제품이 해당하는 범주를 포지셔닝할 수 있을 것이다. 소비자가 지출항목 자체의 정당성을 이용하기도 한다는 본 연구의 결과는 반대로 소비자의 지출관리 측면에서도 실무적 함의를 가진다. 소비자가 지출항목마다 예산을 정해서 관리하고 초과지출을 제한하는 전략은 소비자가 지출을 자의적으로 어떤 항목에 분류하는가에 따라서 방해받을 수 있다. 따라서 소비자는 계좌를 개설하는 시점에서 이러한 한계를 인지하고 각 지출항목이 해당하는 재화의 범주를 더욱 명확히 설정함으로써 더 계획적인 소비생활을 도모할 수 있다.

본 연구에서 논의되어야 할 한계점과 추후 연구 방향은 다음과 같다. 첫째, 연구 설계상에서의 한계점이 있을 수 있다. 본 연구에서 사용한 시나리오에서는 참가자가 지난 6개월간 가능한 예산에 맞춰서 소비를 했다는 내용이 있었는데 이런 내용이 소비자로서 하여금 예산에 맞춰서 지출하려고 하는 강박을 주었을 수 있다. 따라서 추후 연구에서는 심적 계좌에 정한 예산을 맞춰서 소비하려 하는 구조화 욕구(Neuberg & Newsom, 1993)와 같은 개인차 변수의 영향을 통제할 필요가 있다. 둘째, 사용할 수 있는 금액의 영향을 명확히 살펴볼 필요가 있다. 본 연구의 시나리오는 이번 달 지출 내역을 월말에 확인하는 시나리오였기 때문에 월초에 월급이나 용돈이 들어오는 학생이나 직장인들은 월말시점에서 얼마 안 있어 생활비가 초기화 된다고 생각할 수 있고 이러한 생각이 심적 계좌 예산을 초과한 소비에 대한 지불의사에 영향을 미칠 수 있다. 따



라서 추후 연구에서는 소비자로 하여금 가까운 미래시점의 심적 예산을 현재 시점으로 가져와서 사용하는 것에 그다지 저항감을 느끼지 못하게 하는 개인차 변수의 영향을 추가적으로 살펴볼 필요가 있다. 또한 본 연구에서는 의류계좌에서 남은 금액을 3만원으로 제한했지만 남은 금액이 6만원, 9만원과 같이 재화를 구매할 수 있는 정도를 훨씬 넘어서는 정도일 경우 이에 따라 소비자가 지각하는 재화에 대한 지출정당성이 달라지는 지 추후 연구에서 검증할 필요가 있다.

셋째, 본 연구에서는 모든 재화가 경험재였기 때문에 추후 연구에서는 경험재와 물질재를 구분하여 소비자가 지각하는 지출 정당성에 차이가 나타나는 지 살펴볼 필요가 있다. Boven과 Gilovich(2003)에 따르면 경험 소비의 경우 물질 소비보다 사후적인 만족감의 조정이 용이하기 때문에 경험 소비가 물질 소비보다 더 만족과 관련이 있다. 추후 연구에서는 경험재와 물질재의 성격을 고려하여 개인의 해석에 따라 물질재로도, 경험재로도 해석할 수 있는 재화를 소비자가 경험재에 가깝게 해석하는 정도가 지출정당성 지각과 지불 의사에 미치는 영향을 살펴보는 방식으로 연구를 확장할 수 있을 것이다. 넷째, 잉여가 남아있는 제3의 계좌, 즉 사용할 수 있는 계좌의 지출항목의 지출정당성에 대한 연구를 추가적으로 진행할 필요가 있다. 본 연구에서는 자율적으로 쓸 수 있는 지출항목 중 의류항목에서 잉여가 남았지만 만약 잉여가 남은 지출항목의 계좌가 생필품 계좌라면 교육항목의 지출정당성과 생필품 항목의 지출정당성이 충돌할 수 있다. 이런 경우 본 연구에서 나타난 바와 같이 생필품 계좌에 남은 돈을 가져와서 교육항목 관련한 지출에 사용하는 방식은 사용할

수 없을 것이다. 이와 같이 추후 연구에서는 지출 항목들 사이의 지출정당성의 상대적인 차이를 명확히 밝힐 필요가 있다.

마지막으로 본 연구는 연구의 일반화 측면에서 한계를 가진다. 본 연구에서는 지출항목을 간소화하기 위해 대학생 소비자를 가정하는 시나리오를 사용하였기에 정당성을 가지는 지출항목을 ‘교육’ 항목으로 한정하였다. 따라서 향후연구에서는 자율적으로 활용할 수 있는 지출항목이 더 다양한 일반소비자의 지출정당성을 고려할 필요가 있다.

이러한 맥락에서 추후 연구에서는 실용재와 쾌락재의 지출항목의 영향을 살펴 볼 수 있다. 쾌락재는 일반적으로 소비자가 원하는 것(Wants)과 관련되어 있지만 실용재는 상대적으로 소비자가 해야 하는 것(Should)과 더 관련이 있다(Dhar & Wertenbroch, 2000). 소비자는 지출에 대한 합리적인 이유를 부여해 줄 수 있는 재화를 선호하기에(Shafir, 1993), 재화구매에 대한 효용을 계량하기 힘든 쾌락재보다 실용재가 구매정당화 측면에서 유리한 위치를 가진다(Okada, 2005). 이와 같은 기존연구를 바탕으로 추후 연구에서는 단지 학생입장에서 정당성을 가지는 지출항목이 아닌 실용재와 쾌락재의 지출항목이 지출 정당화에 미치는 영향을 살펴봄으로써 본 연구의 결과를 일반화할 수 있을 것이다.

### 참고문헌

권미화, 이기춘 (2000). 청소년소비자의 소비행동의 합리성에 영향을 미치는 요인. 한국가정관리학회지, 18(2), 175-190.  
 임수진, 이정옥 (2005). 교육용 보드게임 개발

- 사례에 관한 연구. *어린이미디어연구*, 4, 205-221.
- Bove, L. L., Nagpal, A., Dorsett, A. D. S., 2009. Exploring the determinants of the frugal shopper. *J. Retailing Consum. Serv.*, 16(4), 291-297.
- Cheema, A., & Soman, D. (2006). Malleable mental accounting: The effect of flexibility on the justification of attractive spending and consumption decisions. *Journal of Consumer Psychology*, 16(1), 33-44. [https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1601\\_6](https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1601_6)
- Dhar, R., & Wertenbroch, K. (2000). Consumer choice between hedonic and utilitarian goods. *Journal of Marketing Research*, 37(1), 60-71. <http://dx.doi.org/10.1509/jmkr.37.1.60.18718>
- Feick, L. F., & Price, L. L. (1987). The market maven: A diffuser of marketplace information. *Journal of Marketing*, 51(1), 83-97. <http://dx.doi.org/10.2307/1251146>
- Goldsmith, R., Reinecke Flynn, L., & Clark, R. (2014). The etiology of the frugal consumer. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 21(2), 175-184. doi: 10.1016/j.jretconser.2013.11.005
- Hayes, A. F. (2013). *Methodology in the social sciences. Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York, NY, US: Guilford Press.
- Heath, C., & Soll, J. B. (1996). Mental budgeting and consumer decisions. *Journal of Consumer Research*, 23(1), 40-52. <http://dx.doi.org/10.1086/209465>
- Hossain, M. T. (2018). How Cognitive Style Influences the Mental Accounting System: Role of Analytic versus Holistic Thinking. *Journal of Consumer Research*, (March), 1-55. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucy020>
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108(3), 480-498. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.108.3.480>
- Lastovicka, J. L., Bettencourt, L. A., Hughner, R. S., & Kuntze, R. J. (1999). Lifestyle of the tight and frugal: Theory and measurement. *Journal of Consumer Research*, 26(1), 85-98.
- Loureiro, Y., & Haws, K. (2015). Positive Affect and Malleable Mental Accounting: An Investigation of the Role of Positive Affect in Flexible Expense Categorization and Spending. *Psychology & Marketing*, 32(6), 670-677. doi: 10.1002/mar.20808
- Neuberg, S. L., & Newsom, J. T. (1993). Personal need for structure: Individual differences in the desire for simpler structure. (1), 113-131.
- Okada, E. M. (2005). Justification Effects on Consumer Choice of Hedonic and Utilitarian Goods. *Journal of Marketing Research*, 42(1), 435-443. <https://doi.org/10.1509/jmkr.42.1.43.56889>
- Shefrin, H. and R. H. Thaler (1988). "The Behavioral Life-Cycle Hypothesis," *Economic Inquiry*, 26(4), 609-643.
- Thaler, R. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4(3), 199-214. doi: 10.1287/mksc.4.3.199
- Thaler, R. H., A. Tversky, D. Kahneman, and A. Schwartz (1997). The Effect of Myopia and Loss Aversion on Risk Taking: an Experimental Test, *Quarterly Journal of*

- Economics*, 112, 647-661.
- Thaler, R. H., Kahneman, D., & Tversky, A. (2000). Mental Accounting Matters. *Choices, Values, and Frames*, 206(September 1998), 241-268. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0771\(199909\)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(199909)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F)
- Van Boven, L., & Gilovich, T. (2003). To Do or to Have? That Is the Question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6), 1193-1202. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.85.6.1193>
- Shafir, E., Simonson, I., & Tversky, A. (1993). Reason-based choice. *Cognition*, 49(1-2), 11-36. [http://dx.doi.org/10.1016/0010-0277\(93\)90034-S](http://dx.doi.org/10.1016/0010-0277(93)90034-S)
- 원 고 접 수 일 : 2019. 01. 24.  
수정원고접수일 : 2019. 02. 19.  
게 재 결 정 일 : 2019. 02. 25.

## The Role of Account Justificableness in Mental Accounting

**Hye Bin Rim**

**Jin Heon Yoon**

**Byung-Kwan Lee**

Department of Industrial Psychology, Kwangwoon University

The purpose of this study was to verify the impact of the expenditure category itself's justification on the consumer's willingness to spend. Results indicated that when expenditure cannot be justified with the remaining budget of the expenditure account, justificableness of expenditure category affected consumer's willingness to spend. It was also shown that individuals with higher frugality are more willing to spend for expenditure that are related to more justifiable category. Finally, when a expenditure could be interpreted to two expenditure categories, consumers showed willingness to spend to interpret the expenditure as a more related to justifiable expenditure category. Implications, limitations, possible future studies were discussed.

*Key words* : mental accounting, justification, frugality, motivated reasoning