

농촌 주부의 소비생활 실태

고 정 숙

농촌생활연구소 농업연구사

I. 서 론

우리나라가 본격적인 경제개발계획을 추진한 이래 지난 40여년간 급속한 경제 성장과 산업화의 영향으로 오늘날 농촌 사회도 사회경제적 변화가 가속화되어 자본주의 시장경제에 편입되면서 시장경제가 필연적으로 내포할 수밖에 없는 소비자문제를 갖게 되었다. 여기서 소비자문제(consumer problem, consumer affairs, consumer issues)란 소비자와 사업자간에 거래를 함에 있어서 발생하는 경제적 시간적 손실, 신체적 위해 등의 제문제를 의미(김영신, 1991)한다. 이러한 소비자문제가 대두된 것은 18세기 산업혁명 이후 대량생산체제가 확립된 때 부터이며, 사회문제로 인식된 것은 자본주의 경제가 고도화되면서부터이다. 소비자문제는 기술혁신으로 신제품이 속출하고 있는데 비해 소비자는 이에 대한 지식을 거의 갖지 못할 뿐만 아니라 과거에 소비자가 갖고 있던 지식도 소용없게 되는 등 소비자의 정보부족과 기업의 허위, 과장 광고의 증가, 독과점 및 사업자 중심의 시장구조, 소비자의 기대수준 상승 등 여러 원인에 의해 발생하게 된다. 오늘날의 소비자들은 품질 불량, 부당가격, 허위 및 오도광고, 부정계량, 불친절, 부당거래, 교환이나 수선 문제 등 많은 문제를 경험하고 있다. 소비자 문제는 이처럼 소비자가 분명히 인지하고 있는 것 이외에도 소비자가 인지하지 못하는 문제도 상당수 있다. 예를 들면 자동차의 안전도 및 디자인의 결함, 의료에서의 불필요한 수술, 약품 및 식품첨가물의 안전도 등은 생명까지도 위협하게 된다.

우리 나라는 현재 개발도상국에서 선진국으로 성장하는 문턱에 서 있으며 빈곤 사회로부터 대량소비 사회로, 공급자시장으로부터 구매자사회로 이전하는 과

도기에 있고 전통문화와 서양문화가 계층별로, 혹은 지역별로 혼재하는 갈등의 환경 속에 처해 있다(전원재, 1990). 특히 농촌 소비자는 일반적으로 '소비자가 겪는 소비자문제와 농업생산과 관련되어 제기되는 소비문제를 동시에 안고 있다. 다시 말하면 자본주의 시장경제에서는 이윤 극대화를 추구하는 본가의 시장 지배력에 비하여 상대적으로 수동적인 소비자가 상품의 구매, 사용과정에서 효용의 극대화를 제대로 추구하지 못하는 데서 일반적인 소비자 문제가 발생한다. 그러나 소비자가 안정적인 구매력(소득)을 지닐 때에는 시장에서의 불리한 구조를 어느 정도 극복할 수 있게 된다. 그러나 일반적인 불리함과 동시에 농촌소비자는 다음과 같은 특수한 문제를 가지고 있다. 즉 농촌 소비자의 구매력의 기본이 되는 농업소득이 매우 불안정하며 농업생산활동과 일상소비생활이 명확히 분리되지 않은 상태에서, 농촌의 소비생활은 농업생산활동에 의해 규정되기 때문에 농업부문의 불안정성은 소비생활도 불안정하게 만든다. 또 다른 농촌 소비자의 특수한 문제는 전통적 공동체의식이 강한 반면 이윤의 극대화를 추구하는 기업에 대한 이해 부족 및 대응능력이 부족하다(최영순, 1989)는 점이다. 따라서 농촌 소비자문제는 매우 복잡하고 구조적 특성을 지니고 있다고 할 수 있다. 이런 경향은 실증 연구에서도 확인되고 있다.

한국소비자보호원의 '농촌 소비생활 실태와 의식구조 조사'(1989)에 의하면 농촌 소비자들은 생활권내에서 상품에 대한 정보를 쉽게 취득할 수 있는가에 대한 질문에 조사대상자의 75.4%가 부정적인 평가를 하고 있는 것으로 나타났다. 농촌의 상품경제 편입 확대 및 기업의 대농촌 마케팅 증대에 의해 농촌지역에서의 제품구입 용이성은 증대되었으나 필수적으로 수반되어야 할 상품정보 및 애프터 서비스 등은 제대로 제공받지 못하는 실정으로 아직 열악한 소비환경에 놓여 있다고 하겠다.

농촌 주부를 대상으로 한 고정숙(1995)의 연구에 따르면 농촌 소비자가 가장 불편하게 생각하는 생활환경으로는 도로 교통(22.8%), 병원 약국(35.3%)으로 나타나 교통분야와 의료 분야가 가장 취약한 것으로 나타났다. 동네 안에서 일

용품을 살 수 있는 경우가 62%, 버스 노선이 있는 경우는 80%로서 소비환경의 개선이 요구된다. 또한 조사대상자 주부 중 12.6%만이 소비자교육에 참여한 경험이 있어 농촌 주부를 대상으로 한 소비자교육의 활성화가 시급히 요청되는 것으로 보인다. 위의 결과에서 보듯이 농촌 소비자는 일반적인 소비자문제에 덧붙여 농촌 소비자 그들만의 특수한 문제도 가지고 있기 때문에 여러 측면에서 이들의 문제를 접근하여 해결해야만 하는 과제를 안고 있다.

또 농촌 소비자(읍면 이하 1575가구)를 대상으로 조사한 최 영순(1989)의 연구결과에 따르면 상품에 대한 불만 피해 인지율은 경지규모가 클수록, 지대별로는 산촌에서 도시근교로 갈수록, 연령이 낮을수록, 교육수준이 높을수록 높다고 하였다. 즉 도시와 가까운 곳에 거주하고 생활의 여유가 있으며 젊고 교육을 보다 많이 받은 계층에서 소비자불만족 피해를 더욱 민감하게 느끼고 있었는데 이는 도시의 영향을 많이 받고 의식이 진일보한 계층에서 소비자불만이 높다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 그러나 농촌 소비자의 소비자불만 피해의 해결유형은 10명 중 7-8명은 불만 피해를 느껴도 제3자에게 호소하거나 항의해 본 적이 없다고 응답해 무행동하는 비율이 높게 나타났다. 이한기(1991)의 연구결과 농촌 주부 500명을 대상으로 조사한 내용에 따르면 방문판매자로부터 물건구입을 한 후 불만이나 피해를 받은 경우가 61%에 달하는데, 그런 불만이나 피해에 항의하지 않고 참는 경우가 67%나 되어 소비자의 권리에 대한 인식이 부족하며 소비자피해 처리방법에 대해 무지한 것으로 나타났다. 또 최은숙(1994)의 연구결과에 의하면 빈곤농가의 경우 항의행동을 하지 않는 비율이 다른 농가에 비해 상대적으로 높았고 가까운 친구나 이웃에게 불만을 토로하는 소극적인 방법을 사용하는 경향이 있는 반면 물건을 산 곳이나 제조회사 등에 항의하는 비율은 상대적으로 낮게 나타났다. 농촌 주부 800명을 대상으로 조사한 고정숙(1995)의 연구결과에 따르면 조사 대상자의 40.4%가 소비자 불만 및 피해를 경험하였는데, 그 물품으로는 가전제품과 주방기기가 가장 많았으며 피해 불만시 그냥 참고 지내는 사람들도 20.9%나 되었다.

소비생활에 있어 불리한 소비자(disadvantaged consumer)라 할 수 있는 이런 특수한 상황에 있는 농촌의 소비자를 대상으로 한 연구는 그리 많지 않은 실정이며, 전국적인 농촌을 대상으로 한 연구는 한국소비자보호원('88), 이한기('91), 고정숙·박영자('95, '96)의 연구 등 불과 몇 편에 불과한 실정이다. 그러므로 여기서는 농촌 주부의 소비자생활실태를 최근의 연구자료를 중심으로 고찰해 보고자 한다.

II. 연구결과 및 고찰

1. 연구방법

전국의 읍면 단위 이하 농촌 중 100지역을 계통추출하여 지역당 8호를 선정, 800호의 농촌 주부에 대해 질문지에 의한 면접조사를 실시하였다. 조사는 '95. 6. 1~7. 15 중 해당 지역 농촌지도소 생활지도사가 방문 조사하였다. 조사내용은 상품별 구매실태, 소비환경 및 소비자기능, 구입물품의 만족도, 정보탐색도, 소비자교육 요구도 등이었다. 분석은 SPSS/PC+를 이용하여 항목별 빈도, 백분율, 평균과 개인 및 가구 특성과 소비자 행동과의 관계분석(χ^2 검정, ANOVA)을 실시하였다.

2. 조사대상자의 특성 및 마을특성

조사대상자의 연령분포는 20대 8.8%, 30대 36.5%, 40대 23.6%, 50대 19.1%, 60대 이상 12.0%로 30대·40대가 주를 이루었다. 학력은 무학 15.3%, 국졸 38.3%, 중졸 23.2%, 고졸 19.4%, 전문대졸 이상 2.8%로 국졸이 가장 많았다. 직업으로는 농업이 76.1%로 가장 많았으며 영농유형은 미백농이 59.6%로 가장 많았다. 조사대상마을의 유형은 산간지 28.2%, 중간지 43.8%, 평야지 23.0%, 도시근교지 5.1%로 중간지가 가장 많았고, 동네안에서 일상용품을 살 수 있는 경우가 62.5%, 버스노선이 있는 경우가 79.2%로 대부분의 경우 어느

정도의 소비생활을 위한 서비스를 받을 수 있는 여건에 있는 것으로 보이나 소비생활환경 중 불편한 것으로 도로·교통 22.6%, 병원·약국 35.3%으로 나타나 교통분야와 의료분야가 취약한 것으로 나타났다.

3. 일반적 소비행동

일반적인 농촌소비자의 소비행동특성을 보면 표1과 같다. 가계재무관리의 기본이 되는 가계부 기록률은 30.6%인데, 비목별로 분류하여 기록하는 사람은 10.1%에 불과했다. 재정관리자는 주부 > 남편 > 부부 > 시부모의 순으로 나타났으며, 합리적인 소비자기능 10가지 중 시장가기 전 물품 구입목록 작성 습관, 제조일자 확인 후 구매는 비교적 높게 나타났으나 비목별 예산수립후 지출 기능은 낮게 나타났다. 구매결정요인으로 식품, 일상용품은 품질과 가격, 옷·신발은 가격과 모양, 가전제품은 품질, A/S, 가격, 가구는 가격, 모양, 품질로 나타났다. 최근 2년 이내에 가전제품을 구입한 경우는 73.4%이며, 가격의 탐색도는 비교적 높게 나타났으며 제품 사용후 59.8%가 만족했다.

〈 표 1 〉 합리적 소비자기능

(단위 : 명, %)

구 분 (n=770)	그렇게 안함	반 반	그렇게 함
시장가기 전 메모습관	255 (33.1)	241 (31.3)	274 (35.6)
계획하지 않은 물건 충동구매	174 (22.6)	457 (59.3)	139 (18.1)
비목별 예산수립 지출	413 (53.6)	178 (23.1)	179 (23.3)
정보수집후 구매	182 (23.6)	278 (36.1)	310 (40.3)
점포비교후 구매	127 (16.5)	213 (27.7)	430 (55.8)
제조일자 확인 후 구매	125 (16.2)	168 (21.8)	477 (61.9)
제품설명서 숙독 후 사용	167 (21.7)	219 (28.4)	384 (49.9)
구매시 영수증 받기	282 (36.6)	270 (35.1)	218 (28.3)
영수증 보관	257 (33.4)	195 (25.3)	318 (41.3)

n : 응답자수

4. 소비자불만 및 피해시 반응행태

소비자 불만·피해를 경험한 사람은 40.4%였는데, 주요 피해물품은 가전제품(37.0), 주방용품(23.5), 농자재(10.3), 의류(8.7), 식품(6.1) 순으로 나타났는데, 이것은 이 한기('91)의 연구결과와 비슷한 경향으로 나타났다. 불만종류로는 견고하지 못함·잦은 고장(34.7), 제기능 못함(31.2)이 주원인으로 나타났으며, 불만 및 피해시 주로 판매업자에게 항의(49.8), 향후 그 회사제품 불이용(30.6), 가족·이웃에 불만호소(22.8)를 했으며 참고 지내는 경우도 20.9%나 되었다(표 2). 연령과 학력 등 개인의 특성과 불만 및 피해반응행태의 상관관계를 살펴본 결과 연령, 학력은 유의적인 관련이 있었다(p이 높을수록 소비자불만시 적극적인 반응을 하는 것으로 나타났으며 생활수준, 직업과는 관련이 없었다).

< 표 2 > 소비자피해 및 불만 행동

(단위 : %)

구 분	응 답 자 (구성비)							
불만, 피해경험 (n=770)	있음 311(40.4)			없음 459(59.4)				
피해물품 (n=311)	가전제품	주방기기	농자재	의 류	식 품	건강식품	도서류	기 타
	115(37.0)	73(23.5)	32(10.3)	27(8.7)	19(6.1)	17(5.5)	15(4.8)	13(4.1)
불만종류 (n=311)	제기능못함	비견고 잦은고장	효과없음	A/S안됨	유통기한 경과	가격비쌌	기 타	
	97(31.2)	108(34.7)	14(4.5)	25(8.0)	20(6.5)	14(4.5)	33(10.6)	
불만반응행태* (n=311)	참고지냄	그회사제품 불이용	그상점	향후 불이용	가족,이웃에 불만호소	판매업자에게 항의		
	65(20.9)	95(30.6)	37(11.9)	71(22.8)	155(49.8)			
	제조업자에게 항의	소비자단체 처리 의뢰	행정관청에 처리 의뢰	기 타				
	17(5.5)	5(1.6)	3(1.0)	4(1.3)				

n : 응답자수

* : 복수응답

이처럼 농촌소비자의 소비자 문제의식이 낮은 것은 개인적 무지의 탓에서 비롯되는 것이기도 하지만 근본적으로 현재 농촌이 처해 있는 상황에서 기인하고 있다고 보는 것이 타당하다.

5. 소비자교육

소비자교육은 12.6%만이 참여한 경험이 있어 농촌 주부를 대상으로 한 소비자 교육이 보다 활성화되어야 할 것이라 생각된다. 교육받은 주요 내용으로는 가계부기록법, 구매법, 소비자보호단체 이용법 등이었다. 가계운영에 도움이 되는 교육 희망내용으로 3가지를 선정했을 때 저축 및 투자법(66.2), 구매법(64.7), A/S받는 법(43.8), 가계부기록법(38.6), 세금 및 관련법률(32.3), 소비자보호단체 이용법(30.3)의 순서로 희망했다.

이런 소비자교육과정이 개설되었을 때 48.4%가 참석하겠다고 했으며 그때 가서 결정하겠다는 비율은 41.8%로 나타났다.

6. 소비행동과 관련특성과의 관계분석

농촌 소비자행동과 관련특성간의 관계분석을 위해서 조사문항으로 나타난 1차 변수를 재구성하여 합리적인 소비자기능 10항목을 항상 그렇게 함 : 10점, 반반 : 5점, 그렇게 안함 : 0점을 점수로 부여하고 이를 합산하여 총화점수를 만들어 분석했다. 그리고 정보탐색에 점수도 3번 이상 알아봄 : 10점, 1~2번 정도 알아봄 : 5점, 전혀 알아보지 않음은 0점을 부여하여 5항목을 합산 정보 탐색 총화점수로 만들어 분석했다. 이들 관련특성들과의 관계분석 결과를 요약하면 <표 3>과 같다. 전체적으로 보면 개인 및 가구 특성이 마을의 지역적 특성보다 합리적 소비자기능, 정보탐색기능과 유의적인 관련이 있는 것으로 나타났다. 먼저 합리적인 소비자기능과 연령과의 관계를 보면 연령이 적은 20, 30대가 보다 합리적인 소비행동을 하고 있었으며, 학력이 높을수록, 생활수준이 중상일수록 합리적인 소비행동을 하는 것으로 나타났다. 직업은 영농을 하지 않는 경우가 영농을 하는

경우보다 합리적 소비자 기능이 높게 나타났다. 정보탐색도 연령이 적을수록, 학력이 높을수록 높게 나타났으며 직업과는 유의적인 관련이 없었다.

〈 표 3 〉 관계분석 결과 요약

독립변수	종 속 변 수				
관련요인	구매목록 작성습관	예산수립 지출	제조일자 확인	소비자기능 총화점수	정보탐색 총화점수
연령	**	**	**	**	**
학력	**	**	**	**	**
생활수준	**	*	**	**	NS
가구주직업	NS	*	*	**	NS
영농유형	NS	NS	**	**	*
가계부기록	**	**	**	**	**
저축여부	**	**	**	**	**
부채유무	NS	NS	**	NS	NS
소비자교육	**	**	**	**	NS
참여경험					
소비자교육 참여의사	**	**	NS	**	**
지대	NS	NS	NS	NS	NS
가계유무	NS	NS	NS	*	NS
교통편의	NS	NS	NS	**	NS

* : $p < .05$ ** $p < .01$ NS : Non significant

Ⅲ. 맺음말

농촌 주부의 소비자생활실태를 분석하여 합리적인 가계관리 지도자료 및 소비자 교육 프로그램 개발을 위한 기초자료로 활용하고자 수행한 이 연구의 결과

1. 농촌 지역의 재정관리자는 주부 > 남편 > 부부 > 시부모의 순이었고 82.6%의 가정이 저축을 하고 있었는데 주로 이용하는 수단은 농협·은행, 보험, 계였다. 부채가 있는 가정은 73.6%이며 부채의 주원인은 농자재비(51.1), 교육비(13.9), 토지구택 구입비(12.5), 주택개량비(7.2)의 1/2였다.

2. 합리적인 소비자기능 중 제조일자 확인후 구매, 점포비교 후 구매, 제품이 상시 A/S 요청기능은 비교적 높았으나 비목별 예산수립 지출기능은 낮게 나타났다.

3. 구매결정요인은 식품, 일상용품은 가격과 품질, 옷·신발은 가격과 모양, 가전제품은 품질·가격·A/S이며, 가구는 가격과 모양으로 나타나 모든 제품에서 가격은 공통적인 구매결정요인이었다.

4. 소비자피해나 불만 경험률은 40.4%이며 가전제품, 주방기기가 가장 많았고, 불만, 피해의 주원인은 잦은 고장·견고하지 못함(34.7%), 제기능 못함(31.2%)이었다. 불만시 가장 많은 반응행태는 판매업자에게 항의(49.8%)였고 참고 지내는 경우도 20.9%나 되었다.

5. 농촌 주부가 요구하는 가계운영에 도움이 되는 교육은 저축 및 투자법, 구매법, A/S받는 법, 가계부기록법, 세금 및 관련 법률, 소비자보호단체 이용법 등의 순서였고 합리적인 소비자교육과정에 참석하겠다는 응답자는 48.4%였다.

6. 소비생활 향상대책으로 농촌 주부들은 다양한 시장의 유치를 우선순위로 생각하고 있었으며 교통불편으로 인한 시장접근성의 부족, 소비자 정보 부족을 개선되어야 할 주요 문제점으로 들고 있었다.

이상의 연구결과와 기존 연구를 고찰해 볼 때 우리나라 농촌의 소비환경은 도시에 비해 심히 열악한 상태로 이의 개선을 위해 정부 차원의 지원대책과 함께 농촌 주민 스스로의 주권의식 자각과 소비자주권의 회복을 위한 각종 소비자교육 프로그램이 개발되어 농촌 소비생활의 향상을 위한 다각적인 대책수립 및 시행이 시급히 요청된다고 생각된다. 그리고 농촌의 소비자능력을 개발하고 소비자 권리의 자각과 실현을 도울 수 있는 농촌 주민을 대상으로 한 각종 소비자교육 및 소비자운동의 활성화가 절실히 요청된다.

〈참고문헌〉

1. 고정숙·박영자(1995), 농촌 주부의 소비자생활에 관한 연구

2. 고정숙·박영자(1996), 농촌 여성지도자의 소비자불평행동에 관한 연구
3. 손상희(1995), 부채농가의 경제적 대처행동, 한국가정관리학회지 27(3)
4. 윤정혜(1984), 농가경제의 측면에서 본 농촌여성문제, 대한가정학회지 22(4)
5. 이한기·한귀정(1991), 농촌 소비자행동에 관한 연구, 농촌영양개선연구보고서
6. 최영순(1989), 농촌소비생활 실태와 의식구조, 한국소비자보호원
7. 최은숙(1993), 농촌 빈곤가계의 경제문제, 서울대학교
8. 황덕순(1993), 가계의 경제적 안정에 관한 연구, 한국가정관리학회지 11(2)
9. A. R. Andreason(1975), The Disadvantaged Consumer, The Free Press
10. D. Caplovitz(1967), The Poor Pay More, Collrer-Macmillian