

인터넷상의 소비자정보 만족도

-가전제품 정보를 중심으로-

박 기 영* (건국대학교 소비자·주거학과 강사)

이 승 신 (건국대학교 소비자·주거학과 교수)

21세기는 정보화사회이다. 정보화 사회의 화두라고 할 수 있는 인터넷은 정보의 바다라고 할만큼 수많은 정보들을 제공하고 있지만 과연 소비자들은 인터넷상의 정보에 대해 어떻게 인식하고 있는지, 소비자들은 자신의 합리적인 소비생활을 위해 중요하다고 생각하는 정보는 어떠한 것인지, 또한 실제로 인터넷상의 소비자정보에 대해 소비자들은 얼마나 만족하고 있는지를 파악하고자 한다.

본 연구는 정보화 시대의 새로운 정보원천으로 자리잡고 있는 인터넷상의 소비자정보에 대한 소비자들의 만족도를 파악함으로써 소비자들의 합리적인 소비생활과 소비자이익을 증진시키고, 결여된 정보와 불필요한 정보로 인한 소비자피해를 예방하여 소비자보호에 기여하는 데 목적이 있다.

연구방법은 설문지조사를 하였으며, 설문지는 인터넷 리서치 전문회사에 의뢰하여 인터넷을 통하여 실시하였다. 2000년 8월 27일부터 9월 5일까지 총 500명을 조사하였다.

본 연구의 결과 및 결론은 다음과 같다.

첫째, 소비자들은 인터넷상의 가전제품 정보에 대해 보통으로 인식하고 있는 것으로 나타났으며 정보특성 중 용이성과 유용성이 가장 높은 수준으로 나타나 소비자들은 인터넷상의 소비자정보에 대해 필요한 경우 비교적 쉽게 얻을 수 있고, 또한 그러한 정보는 구매시 도움을 준다고 인식하고 있는 것을 알 수 있다. 그러나 정보의 신뢰성이 가장 낮은 수준으로 나타나, 다소 부정적인 견해를 보였다.

둘째, 소비자들의 가전제품 정보(상품정보, 가격정보, 시장정보, 품질정보, 사용정보, 서비스정보)에 대한 중요도를 살펴보면 서비스정보를 가장 중요시 여기고 있으며, 사용정보에 대한 중요도가 가장 낮게 나타났다. 이러한 결과로 볼 때 가전제품이 내구재이긴 하지만 과거와는 달리 일반화되어 있고, 또한 기술적인 발달로 품질보다는 구매 후 서비스에 더 관심을 보이고 있다는 것을 알 수 있다. 즉 제품의 품질이 대동소이하다면 구매 기준이 곧 서비스가 될 수 있다는 것을 암시하고 있다.

셋째, 인터넷상의 가전제품 정보에 대한 내용별 만족도를 보면 품질정보와 서비스정보에 대해 가장 낮은 만족도를 보인 반면, 상품정보에 대해 가장 높은 만족도를 보이고 있다. 품질정보에 대해 낮은 만족도를 보이고 있는 것은 인터넷에서 제공되는 수많은 정보 중에서 품질을 객관적으로 판단할 수 있는 정보가 부족하다는 것을 나타내고 있다. 또한 서비스 정보는 소비자들이 가장 중요하게 생각

하는 반면 만족도는 낮게 나타나 이에 대한 정보를 제대로 획득하지 못하고 있다고 할 수 있다.

넷째, 인터넷상의 가전제품정보에 대한 전반적 만족도 수준은 보통으로 나타났다. 이는 소비자들이 중요하게 생각하는 가전제품정보에 대해 실제로 인터넷상의 정보에 대해서는 그다지 만족하고 있지 않다는 것을 알 수 있다.

다섯째, 정보의 정확성, 다양성, 유용성, 최신성, 신뢰성, 용이성 등 정보특성에 대한 인식에 따라 소비자들의 정보만족도는 차이가 있는 것으로 나타나, 소비자들은 인터넷이 컴퓨터라는 매체를 통해 정보를 제공해 주고 있다는 것을 감안해 볼 때 다른 정보원천보다는 더 완벽한 정보를 요구하고 있다는 것을 알 수 있으므로 이러한 모든 측면을 고려하여 정보를 제공하여야 할 것이다.

여섯째, 소비자들의 인터넷상의 가전제품 정보에 대한 만족도(내용별 만족도, 전반적 만족도)에 영향을 미치는 변수들은 정보의 정확성과 다양성, 최신성, 신뢰성, 유용성 등으로 나타났다. 이러한 결과를 볼 때 소비자는 정보획득에 있어 무엇보다도 정확하고 다양한 정보를 원하고 있고, 아울러 구매에 도움을 주고, 최신의 정보와 믿을 수 있는 정보를 원하고 있다. 그러므로 인터넷상의 정보제공자인 기업이나 판매자들은 판매를 위한 과장된 광고보다는 소비자들의 합리적 구매의사결정에 실질적으로 도움을 줄 수 있는 정보를 제공하는데 초점을 맞추어야 할 것이다. 이것이 장기적으로 볼 때 기업이나 판매자들의 이익증진에 기여할 것이고 또한 이들에 대한 신뢰성 형성을 촉진할 것이다.