

소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 자아존중감과 판매자와의 상호작용 영향

이 영 애(인천대 조교수)

최근 자신의 불만을 표현하는 불만행동을 제기함에 있어 과도하게 소비자권리를 주장하며, 일반적으로 용인될 수 없는 보상범위를 요구하는 소비자들의 부적절한 불만행동이 증가하고 있다. 이러한 부적절한 불만행동은 사업자와 소비자 간의 신뢰관계를 약화시켜 다수의 선량한 소비자가 피해를 입을 수도 있으며, 사업자의 서비스비용증대를 불러와 최종적으로는 소비자에게 비용이 전가되고 사회 전반적인 불신을 조장하는 등 불필요한 사회비용을 발생시키는 부작용을 초래하고 있다. 이에 본 연구에서는 책임감 있는 소비자역할을 담당하기 위해 올바른 권리주장과 더 나아가 소비자효용증진을 위해 부적절한 소비자불만행동에 대한 소비자들의 심리적, 행동적 특성과의 관련성을 파악하고자 한다. 또한 본 연구를 통해 파악된 부적절한 불만행동에 대한 소비자정보는 기업에게는 부적절한 불만행동을 하는 소비자들에 대한 심리적 특징 및 정보제공과 정부에게는 소비자교육 및 정책방향 설정에 도움이 될 기초자료를 제공하고자 한다.

본 연구의 조사대상은 전국의 만 20세 이상의 성인 남녀 1,050명으로 온라인 조사전문기관인 ㈜엠브레인을 통하여 이루어졌다. 자기평가 기입법에 기초한 구조화된 설문지는 인구통계학적 특성, 자아존중감, 판매자와의 상호작용, 소비자들의 부적절한 불만행동 등을 측정하기 위한 질문으로 구성되었다. 요인분석을 통해 자아존중감, 판매자와의 상호작용, 소비자들의 부적절한 불만행동의 요인구조를 분석하였다. 또한 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 자아존중감과 판매자와의 상호작용의 영향력을 분석하고 소비자역량에 대한 조절변수의 효과를 검증하기 위해 계층적 회귀분석방법을 실시하였다.

본 연구는 다음과 같은 연구결과와 논의점을 갖는다. 첫째, 기존의 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 연구가 주로 불평행동의 수준을 결정하거나 유형을 파악하는 수준에 그쳤다면, 본 연구는 미시적 수준에서 소비자들의 태도 및 행동에 초점을 맞춰 내재적 특성인 자아존중감과 행동적 특성인 판매자와의 상호작용에 대한 영향력을 측정했다는 점에서 의의를 지닌다고 할 수 있다.

둘째, 소비자들의 내재적 특성인 자아존중감 및 행동적 특성인 판매자와의 상호작용은 소비자들의 부적절한 불만행동에 영향을 미치는 결정요인임을 제시하였다. 특히 소비자들의 부적절한 불만행동을 요인분석을 통해 무례한 언행과 업무방해로 타당성 있는 분석을 진행하였다는 것에 의미가 있다고 할 수 있다.

셋째, 소비자역할을 올바르게 수행할 수 있는 내재적이고 전인적인 능력으로 규정할 수 있는 소비자역량이 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 결정요인임은 물론 자아존중감 및 판매자와의 상호작용인 독립변수가 부적절한 불만행동에 영향을 미치는데 있어서 조절효과를 가지고 있는 조절변수라는 사실을 분석한 점은 큰 의의가 있다고 할 수 있다.