

저소득층의 소비자기능과 소비자문제인지에 관한 연구

Study on Consumer Skill and Consumer Problems' Perception of the Low-Income Consumer

이화여자대학교 대학원 가정관리학과

이화여자대학교 가정대학 가정관리학과

성 지 미

부교수 : 문 숙 재

*Dept. of Home Management
Ewha Womans University
Ji Mee Sung*

*Dept. of Home Management
Ewha Womans University
Associate Prof. : Sook Jae Moon*

목 차

I. 서 론	3. 자료의 처리
II. 이론적 배경	4. 조사대상자의 특성
1. 소비자 기능	IV. 결과 및 해석
2. 저소득층의 소비자문제	1. 소비자기능수준
3. 선행연구	2. 소비자문제인지정도
4. 연구문제 및 용어의 정의	3. 소비자기능수준에 따른 소비자문제인지정도
III. 연구방법	V. 요약 및 결론
1. 조사도구	참고문헌
2. 조사대상	

=ABSTRACT=

This study was mainly concerned with providing a basis of the development of low-income consumer education program. The purpose of this study was to investigate the level of their consumer skill and the degree of consumer problems' perception.

For the purpose of this study, 480 questionnaire were distributed to the housewives in Seoul. The 320 data were analyzed by Frequency, Percentage, ANOVA, Duncan's Multiple Rang Test, Multiple Classification Analysis, and Pearson's Correlation.

The major findionsgs of this study were as follows :

1) The Socio-demographic variables indicating significant relation to the level of consumer skill are income level, housewife's age, and housewife's education level. The independent

influence of all the variables affecting consumer skill was analyzed. It results in confirming the income as the most influential one.

2) The socio-demographic variables indicating significant relation to the degree of consumer problems' perception are income level, and housewife's education level. The independent influence of all the variables affecting consumer problems' perception was analyzed. It results in confirming the income as the most influential one.

3) Consumer skill level differs significantly at the 0.001 level, according to the degree of consumer problems' perception. The higher level of consumer skill, the lower degree of consumer problems' perception.

The result of this study implies that a consumer education should be given to the low-income consumers, on the basis of their consumer skill level. Further research regarding the consumer skill and problems' perception of the low-income consumers should be conducted.

I. 서 론

현대사회는 자본주의 경제의 발전으로 생산·분배활동의 담당자인 기업의 기능이 강화되었고 뿐만 아니라 자본의 집중으로 기업간에 경쟁력을 약화시키는 독점력을 형성하게 되었다. 반면 소비자는 상품의 품질과 가격을 비교하여 합리적인 선택을 하는데 필요한 정보획득에 많은 어려움을 겪게 되었다. 이러한 시장실패(market failure)의 시장조건에서 소비자는 실제로 실질적인 주권을 갖기 어렵고 정보의 부족으로 현명한 의사결정을 내릴 수 없는 상황이다(계선자 1987).

한편 사회기술 및 경제발달에 따라 가정의 형태를 나누어 보면 오늘날의 가정은 가능한 한 시장에서 필요한 재화와 용역을 구입하여 가정내에서 가족들의 용구충족을 위해 노동하는 용역가정형태나 일체의 기능과 노동을 시장에 이전시키고 자원의 배분만을 하는 시장의존가정형태로서(문숙재와 채옥희 1986) 가정과 가정관리행동면에서 소비자로서의 기능이 강화되었다.

이러한 시장과 가정상황에 대처하기 위해 사회에서는 소비자운동의 중요성이 널리 인식되고 있으나 소비자피해는 여전히 지속되고 있어 현대사

회에서 커다란 문제점으로 제시되고 있다. 소비자운동의 목적은 생활개선에 있으며 따라서 이 운동은 저소득층 또는 빈곤층을 포함한 모든 생활자의 것이어야 한다(김순미 1982). 그러나 지금까지의 소비자운동은 계층적, 지역적으로 한정된 대상을 중심으로 이루어졌다는 한계성이 지적되면서(박영선 1979; Herrman 1970) 저소득층에 관심이 주어지고 있다(Day와 Aaker 1970; Swagler 1979).

저소득층 소비자문제는 낮은 구매력으로 인해 시장에서 영향력을 행사할 수 없는 즉 시장행사력(market leverage)의 부족에 기인한 것으로서 시장에서 화폐에 대한 충분한 가치를 실현하지 못하여 효율적인 소비에 장애를 갖는 것을 말한다. 저소득층소비자의 소비장애는 소비자의 개인적 특성과 시장환경의 두요인으로 설명되며 상호배타적인 것이 아니라 상호작용한다(Andreasen 1975, 6-7; Swagler 1979, 42-46, 247-250).

이러한 저소득층 소비자문제는 소비자기능 향상을 위한 소비자교육과 시장구조의 개선으로 해결될 수 있다. 이기춘(1979)은 소비자교육을 소비자로서 하여금 최대한도의 가능성을 실현하게 하고 최대한도의 개인적인 만족을 얻도록 자원을 계획하고 사용할 수 있게 돕는 방법이라 하였다. Ratner(1968), Cohen(1968), Barnhill(1972)등의 학자들은

저소득층소비자와 같은 불리한 입장의 소비자(disadvantaged consumer)에 대한 소비자교육의 중요성을 강조하였고(이기춘 1985에서 재인용) Bloom과 Silver(1976)도 가난하고 불리한 입장의 소비자에게는 소비자교육이 소비생활에서 만족을 증진시키는데 도움을 준다고 하였다. 따라서 저소득층소비자들도 점차 비인간적인 사회(impersonalization of society)에 불만족하고 그들이 통제하지 못하는 물리적인 환경의 질에 관심이 증가하고 있는 상황(Day와 Aaker 1970, 16)에서 그들의 욕구를 충족시키기 위해 소비자교육이 필요하다.

이러한 맥락에서 본 연구는 저소득층 소비자의 소비자기능수준과 소비자문제인지정도를 파악하여 소비자교육프로그램 개발을 위한 기초자료를 제공하고자 한다. 이러한 연구는 저소득층 소비자문제를 이해하고 교육과 정책의 방향을 설정하는데 유용할 것이다. 또한 소비자기능에 기초한 저소득층 소비자교육은 가정관리행동의 효율성을 도모하여 소비생활의 향상과 가계복지의 향상에 기여할 것이다.

본 연구는 다음과 같은 제한점을 갖는다.

1) 조사대상은 현재 서울시에 거주하는 비취업 주부로 한정하였기 때문에 연구결과를 일반화하는데 제한이 있다.

2) 소비자문제인지정도의 측정에서는 소득계층별, 연령계층별, 교육수준별 문제인지율에서의 집단간의 차이는 무시하고 조사대상 주부가 문제로 인지하는 것만을 측정하였다.

3) 저소득층과 중간소득층의 경우에는 소득의 상승을 우려하여 비취업주부로 대상을 한정하였기 때문에 취업주부와 비취업주부의 소비자기능수준 및 소비자문제인지정도의 차이는 고려하지 않았다.

II. 이론적 배경

1. 소비자기능

1) 소비자기능

Turner (1976, 이기춘 1985, 61에서 재인용)는

소비자는 정보를 획득하고 사용하는 방법, 구매시 불방법, 직촉방법, 상품비교능력, 단위가격 파악, 소비시기조절 등의 소비자가 습득해야 할 기능이 있다고 하였는데 이는 대체로 금전관리기능과 구매기능으로 구분할 수 있다. Moschis와 Churchill (1978, 4)은 소비자기능을 소비자와 관련여부에 따라 직접, 간접기능으로 구분하면서 직접기능은 구매거래(transaction)나 소비행동과 직접적으로 관계있는 인지와 행동으로, 간접기능은 구매, 소비를 자극시키는 지식, 태도, 기능으로 정의하였다. 그리고 소비자기능을 다시 네 범주로 분류하였는데 직접-단순기능은 광고, 판매원, 가격, 상표, 상점과 같은 시장과 관련된 변수에 대한 인지적, 정서적 성향을 포함하고, 직접-복잡기능은 광고의 여과능력, 광고의 차이점 지각, 정보추구, 예산생활을 포함한다. 간접-단순기능은 시장에서의 개인의 법적인 권리와 경제 및 경영에 대한 기초지식을 포함하며, 간접-복잡기능은 물질주의와 구매에 대한 성향과 동기를 포함한다. 이기춘(1985)은 소비자기능을 소비자능력의 구성요소인 지식, 태도, 기능 중에서 실천적 영역으로서 지식의 응용 및 실행의 개념으로 정의하였고, 저소득층 소비자문제를 연구한 김경자(1986)는 소비자기능을 저소득층소비자가 시장에서 효율적으로 대처하는데 장애가 되는 개인적 특성이나 낮은 시장능력(market leverage)수준을 설명하는 개념이라고 하였다. 그런데 소비자기능은 화폐를 사용하는데 따라 자동적으로 습득되는 것이 아니며 학습되어야 하고 소비자기능의 학습을 위해서는 소비자기능에 관한 정보가 필요하다(Turner 1976, 김영옥 1987, 5에서 재인용).

2) 소비자교육

소비자정책의 세 유형인 행정적인 보호, 정보, 교육 중에서 소비자교육은 소비자들의 능력을 개발, 육성하여 소비자가 스스로 권익을 보호하게 한다는 장기적인 관점에서 그 필요성이 요청된다. 행정적인 보호정책은 저소득층에게는 적합하지 않다.

왜냐하면 정부개입에 의해 생기는 이익이 소비자 문제의 발생으로 인한 시장의 비효율성에서 생기는 비용보다 많을때 이루어지는 효율적인 개선이라는 측면에서 본다면 비효율적일 수 있기 때문이다(송연숙, 1987, 172). 한편 정보의 차원에서 볼때 상품테스트운동은 저소득층소비자에게 적합하지 않는데 그것은 그 운동이 정보적 평형력의 한계성을 갖기 때문이다. 저소득층의 경우, 빈약한 가계상태 하에서 생활필수품에 대한 배분은 일상적으로 정보인지를 이용할 필요가 없고 저소득층소비자는 교육수준이 낮아 정보의 중요성을 알지 못하고 일단 정보를 사들인다고 해도 생활수준과 거리가 먼 상품테스트결과에 대해 저항감, 열등감을 갖기 때문이다(김순미 1982, 141). 소비자정보는 교육수준이 높은 중상류층소비자의 합리적 구매의사결정에 유용하지만(Thorelli와 Engledow 1980), 저소득층에게는 이득이 되지 않는다(Bloom와 Silver 1976). 반면 소비자 정책 중 소비자교육은 소비자가 자기 개발이 가능하도록 기초지식을 제공하는 것으로서(Thorelli 1983, 149) 소비자정보를 효율적으로 해석하고 사용하도록 하는데 밑바탕이 되며(Jacoby, chestnut 그리고 Silverman 1977 ; Thorelli와 Engledow 1980) 경험이 없는 저소득층소비자에게 적합한 정책이다(Herrman 1970 ; Bloom과 Silver 1976).

따라서 저소득층소비자에게는 소비자교육 특히 능력에 기초한 소비자교육이 필요하다. 소비자교육개발프로그램(Consumer Education development Program(CEDP))의 연구보고서(1980)에서 소비자교육은 소비자가 소비자자원을 관리하고 소비자의 사결정에 영향을 미치는 제 변인을 변화, 조성하는데 필요한 지식과 기술이라고 하였다(Bymers 1983, 4).

소비자능력을 중심으로 소비자교육을 연구한 이기춘(1985)은 능력에 기초한 소비자교육모델은 학습자를 완전히 개별화시키는 것으로서 자신에게

적절한 소비자능력 개발을 이루게 하는 장점이 있고 소비자교육의 목표를 효율적으로 달성하게 한다고 하였다.

2. 저소득층의 소비자문제

Swagler(1979, 38)는 중간소득층 및 고소득층의 소비자문제는 재화와 용역을 구입하는데 필요한 자금은 충분히 가지고 있으나 어떤 대체안을 선택해야 할지를 모르는 것에서 비롯되지만, 저소득층의 소비자문제는 원하는 재화를 구입하는데 필요한 자금의 부족에서 비롯되는 문제, 즉 자원의 희소성과 관련된 문제라고 하였다. 저소득층소비자는 중간소득층 및 고소득층소비자에 비하여 문제를 경험할때의 손실이 상대적으로 크게 느껴지며(Tek 1983, 286), 중간·고소득층소비자는 구매력에서 우월하므로 그들의 욕구를 시장기구에 어느정도 반영시킬수 있지만(Dollar Vote, Swagler 1979, 250), 저소득층소비자들은 낮은 구매력으로 인해 마케팅 대상에서 제외되기 때문에(Studivant 1968, 135) 그들의 불이익과 욕구를 시장에 반영하지 못하고 소비자문제를 더 크게 경험한다. 저소득층의 소비자문제가 주목받아야 하는 두번째 이유는 모든 계층이 동일한 소비자문제를 겪는다 하더라도 그로 인해 가계복지에 가장 큰 타격을 입는 것은 저소득층이라는 것이다. 한 가계의 생활표준(standard of living)은 소득의 크기와 소득이 소비되는 방법의 함수이고 저소득층소비자는 현명하지 못한 구매때문에 그들의 소득을 차압(garnishment)당하게 된다.

저소득층 소비자문제의 원인은 소비자개인의 특성과 시장환경요인의 두 측면으로 볼 수 있다(Andreassen 1975, 1976 ; Swagler 1979).

개인의 특성에서 원인을 찾으려는 연구들은 빈곤문화와 관련하여 그들의 가치, 태도, 동기, 인성 면에서 저소득층소비자의 특성을 설명하고, 낮은 소비자지식과 기능수준으로 낮은 시장능력수준을

주1) Thorelli(1983, 149-151)는 소비자문제발생 초기나 저개발국가에서는 소비자보호를 위한 정부규제가 강조되지만, 선진국 또는 장기적인 관점에서는 소비자정보와 교육이 강조된다고 하였다.

설명한다. 빈곤층은 운명론적 사고를 하고 충동적으로 행동하며, 현재의 만족을 지연시키는 능력이 낮고 공격성과 불법성을 쉽게 수용하며 권위에 약하다(Lewis 1966, 표갑수 1983에서 재인용). 그러나 빈곤층은 사회전체의 지배적 가치를 공유하고 현재의 빈곤에 대한 적응에서만 이탈적인 태도와 행동을 보인다(Valentin 1968, Andreasen 1975, 21에서 재인용). 미국의 저소득층소비자를 연구한 학자들은 일반적으로 빈곤층은 심리적으로 무기력하고 운명론적 사고를 하며, 성취동기가 낮고 현재 지향적인 태도를 갖는다고 하였다(Schnapper 1967; Swagler 1979), 우리나라 빈곤층의 경우 빈곤문화적 특성이 나타나는가에 대해서는 열망수준이 높은 건전한 빈자라는 견해(임희섭 1979; 서상목 등 1981; 박영숙 1984)와 숙명론, 절망, 무기력 등 빈곤문화적 태도가 빈곤층의 과반수 정도 형성되어 있는 빈곤에 적용된 빈민이라는 견해(김영모 등 1982)등 두 가지가 있다.

저소득층소비자들은 소비자능력이 낮아서 구매와 관련된 기술적 측면의 지식 및 계약에 따른 권리나 의무를 이해하는 수준이 낮고 정보탐색행동에서 매체 정보원이나 소비자교육, 정보보다는 인적 정보원에 의존하는 경향이다(Schnapper 1967; Andreasen 1976; Goldman 1976; Swagler 1979; 광동성 1981).

저소득층 소비자문제가 심각한 이유는 그들의 낮은 소비자의식수준과 지식수준때문이며(Day와 Aaker 1970, 33) 이기춘(1985), 정진화(1985), 남은주(1983)는 교육연수가 증가할수록 소비자능력 및 소비자지식이 증가한다고 하였다.

시장환경적 원인에 의한 저소득층 소비자문제는 소비자가 거래관계, 정보, 기술조작, 보담전가, 조직력, 시장지배력 등에는 생산자에 비해서 약한 입장에 있다는 점이다(한국법학교수회편 1980). 저소득층소비자들은 대개 소규모상점을 이용하는데 이들 소규모상점은 규모의 경제가 작용되지 않

고, 관리운영상의 비효율성, 위험에 대한 보증의 결여 등으로 상품의 품목은 제한되고, 가격은 높고 품질은 낮다(Andreasen 1975, 50; Sexton 1972, 36; 광동성 1981; 박영숙 1981). 이러한 소득층지역의 시장에서 상인들은 저소득층소비자와 시장구조의 취약점을 이용하여 불법적이고 비윤리적인 상거래를 형성하고 따라서 소비자들은 불친절한 태도, 고압판매, 보증의 결여, 비합리적인 신용거래와 이자부담, 미끼사용 바꿔치기 광고(Bait and Switch ad)²⁾등의 소비자문제를 경험하게 된다(Studivant 1968; Berry 1972; Andreasen 1975). 저소득층소비자들이 계속해서 이런 상점을 이용하는 상황은 첫째는 쇼핑시간부족, 교통문제 등의 기회에서의 제한과 다른지역에서는 외상거래가 가능하지 않고 차별, 무시를 받을 수 있기에 동기에서 제한된다는 점, 둘째는 사회화의 필요성 때문으로 그 지역에서 구매를 함으로써 친구, 상점원과의 사회적인 접촉을 통하여 무기력한 생활에서 벗어난다는 점으로 설명된다(Andreasen 1976; Berry 1972; Goldman 1976; Swagler 1979; 박영숙 1984).

이상에서 제기된 소비자문제의 해결방법은 소비자 특성의 문제를 위해 소비자 교육의 실시, 시장구조에서의 문제를 위해 새로운 시장구조로의 개선, 상인의 착취에서의 문제를 위해 효과적인 법률의 시행 등 세가지로 제시할 수 있다(Andreasen 1975; Berry 1972; Studivant 1968; 김경자 1986).

3. 선행연구

저소득층 소비자문제는 크게 금전관리와 구매결정으로 나눌 수 있다(Andreasen 1975, 31).

저소득층소비자의 금전관리문제는 저소득층소비자가 제한되고 불안정한 소득의 한도내에서 비빈곤층과 다르지 않는 소비욕구를 충족시켜야 하는 것이다. 저소득층가계의 경제활동의 특성은 비빈곤층가계에 비해서 무직 또는 소득이 낮고 불안정한

주2) 어떤 상품을 선전하여 상점에 유인한 후 광고한 상품이 아닌 상품을 사도록 유도하는 방법이다(김용희 1987, 231).

직업의 비중이 높다는 점이다(서상목 등 1981). 따라서 저소득층소비자는 제한된 소득으로 최악의 상태에서 입게 될 최대한의 손실을 최소화하는 소극적인 전략을 사용하는데 Andreasen(1975, 38-39)은 이를 최소화전략(Minimax Strategy)이라 한다. 그러나 저소득계층은 자신의 거부당했던 존재를 물질적 재화의 축적을 통하여 고취시키고자 하는 보상소비(compensatory consumption)적 욕망이 있다(Swagler 1979, 249; Berry 1983, 119). 저소득층소비자들이 이런 욕구를 충족시키고자 할 경우, 상인의 사기와 기만의 대상이 되기 쉽고(Swagler 1979, 251) 구매력의 한도 이상으로 상품을 구매함으로써 부채는 더욱 증가하게 된다(윤정혜 1986). 실제로 저소득층소비자들은 소득수준이 극히 낮아서 기본필수품만을 구매하고 기타 비용의 지출은 최대한으로 줄이면서 생활하고 있다(박영숙 1984; 정동익 1985). 그들은 소득의 불안정때문에 장기계획을 세우는 것이 어렵고 돈의 사용이 제한되어 있어서 중간소득층에 비해 임의적인 지출을 한다(Andreasen 1975). 그런데 그들의 소비욕구는 다른 소득층과 비슷해서 박계영(1983)도 저소득층소비자들은 품질은 낮다 하더라도 대부분의 가구와 가전제품을 소유하고 있다고 하였다. 구매지불방법은 주로 할부구매인데 특히 가구나 내구재의 구입시에는 구매력과 현금지불능력의 제한으로 외관원에 의한 구매를 하며(박영숙 1984) 할부구매가 현금구매보다 소비자에게 더 높은 가격을 전가시키고 있음을 이해하지 못하고 있다(Berry 1972, 115; Swagler 1979, 259, 262). 그러므로 저소득층의 금전관리기능을 파악하기 위해서는 예산기능과 저축기능, 결산 및 평가기능, 구매지불방법등을 고려해야 한다.

구매결정은 주어진 욕구를 효과적으로 충족시키기 위한 정보탐색과 관련된 문제이다. 저소득층의 정보획득방법은 인적정보원에 의한 것이고(Goldman 1976; 광동성 1981) 중간·고소득층소비자에 비해 신문이나 잡지등의 인쇄매체의 이용수준은 낮고 TV나 라디오 등의 전파매체의 이용율은 높다

(Andresaen 1975). 그리고 저소득층소비자들은 정보이해 및 평가의 기능이 낮다. 특별한 소비자 정보서비스의 존재와 특성에 대해 잘 모르기 때문에 품질을 평가하지 못하고 있다(Goldman 1976; Schnapper 1967). Moschis와 Churchill (1978)은 하류층의 청소년들은 상류층의 청소년에 비해 광고역과능력이 낮기 때문에 설득적인 커뮤니케이션에서 하류층청소년들을 보호해야 한다고 하였다. 비교구매에 의한 정보탐색행동에서도 저소득층소비자는 비교구매의 이익을 깨닫지 못하고 있고(Day와 Aaker 1970) 가격비교를 위해 여러상점을 탐색하지 않고 제한된 구매영역을 갖는다(Studivant 1968; Andreasen 1975; 박영숙 1984). 구매의사결정과정은 학습경험이며(Newman과 Staelin 1972) 교육수준과 소득수준이 높을수록 연령이 낮을수록 정보에 대해서 의식적이며 탐색정도가 높다(Katona와 Muller 1955, Newman과 Staelin 1972, 249-257에서 재인용; Crosby와 Taylor 1981; 윤정혜 1982). 최종결정에서의 신중성에서 저소득층소비자는 부주의하고 무관심한 소비자이며(Swagler 1979, 258), 중간·고소득층소비자에 비해서 비합리적이고 방종적이어서 계획을 세우지 않고 품질을 위주로 하는 신중한 구매행동을 하지 않는다(Andreasen 1975, 38; Morris와 Reesen 1980, 128). 그러므로 저소득층의 구매기능에서는 정보의 획득, 이해, 사용, 평가 및 비교구매 등의 탐색기능과 최종구매 결정에서 신중성 등을 고려해야 한다.

구매후 평가 및 처리기능에서 저소득층소비자들은 중간·고소득층소비자들에 비해서 더 자주 피해를 경험하지만 제도적인 소비자처리를 하지 않으며(Andreasen 1976, 105) 상점거부(boycott)와 같은 소극적인 불만처리 행동을 한다(Swagler 1979, 267). 소비자불평행동은 연령이 낮을수록, 교육수준이 높을수록, 문제의 경험이 많은 사람이 더 많이 한다(Warland, Herrman 그리고 Moore 1984). 또한 저소득층은 문제해결을 위한 교육의 필요성에 대한 의식이 낮다(Bearnhardt 1981; 계선자 1987).

저소득층은 소비자기능이 낮기 때문에 시장환경

에 효과적으로 대처하지 못하고 다른 소득계층보다 심각한 소비문제를 경험한다. 품질은 낮고 비위생적인 상품을 비싼 가격으로 구매하면서(Schnapper 1967) 신용부담, 기만, 상인의 낮은 서비스, 고압판매, 수선, 보증, 시장가격의 오기, 미끼사용 바꿔치기 광고, 외판 등의 문제를 경험한다(Studiant 1967; Day와 Aaker 1970; Diamond, Ward 그리고 Faber 1976; Swagler 1979). 우리나라 연구에서도 저소득층소비자는 다른 소득계층에 비해 소비자기능이 낮고, 연령이 낮을수록, 교육수준이 높을수록, 소득수준이 낮을수록 소비자문제인지는 높은 것으로 나타났다(김경자 1986; 계선자 1987).

4. 연구문제 및 용어의 정의

이상에서 살펴본 이론과 선행연구를 바탕으로 설정된 연구문제는 다음과 같다.

<연구문제 1> 인구통계학적 특성에 따라 소비자 기능수준에는 차이가 있는가?

<연구문제 2> 인구통계학적 특성에 따라 소비자 문제인지정도에는 차이가 있는가?

(연구문제 3) 소비자기능수준에 따라 소비자 문제인지정도에는 차이가 있는가?

이러한 연구문제를 나타내는 연구모형은 다음과 같다.

본 연구에서 사용된 용어는 다음과 같은 의미로 한정되었다.

1) 저소득층소비자 : 본 연구에 사용된 표본의 하위 40% 소득계층인 월평균 가계소득 25만원이하 가계의 주부를 저소득층소비자로 한정하였다. 이는 1985년도 서울특별시 근로자가구의 월평균 가계소득 471, 631원의 2분의 1을 약간 상회하는 선이다. 그런데 1980년부터 1985년까지의 6년동안 서울특별시 근로자가구의 월평균 가계소득이 매년 1.14배 증가했으므로 1987년의 월평균 가계소득은 1985년보다 높을 것이라고 추정할 수 있다. 본 연구에서 측정된 월평균 가계소득은 모든 가구원이 한달동안 벌어들인 화폐소득과 재산소득을 의미한다.

2) 소비자기능 : 저소득층 소비자가 자신의 화폐 가치를 실현하기 위해 시장환경에 효과적으로 대처하는데 필요한 기능이다.

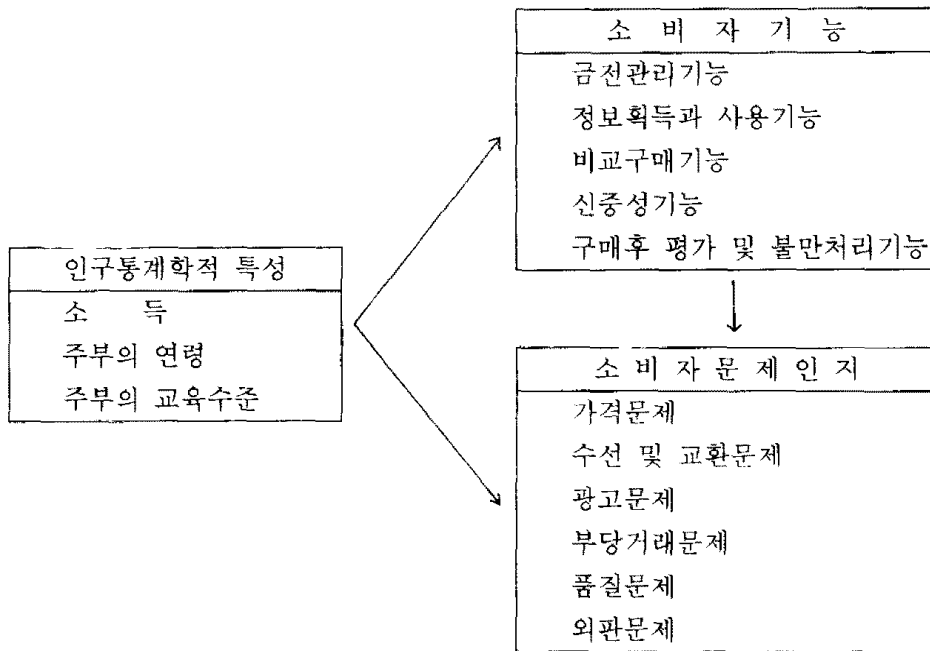


그림 1. 연구 모형.

3) 소비자문제 : 소비자가 시장에서 상품과 용역을 구입하고 사용하는 과정에서 그 구매와 관련하여 경제적, 정신적, 신체적으로 불이익을 받았다고 인지한 문제를 소비자문제로 정의하였다.

III. 연구방법

1. 조사도구

1) 소비자기능

소비자기능은 금전관리, 정도획득과 사용, 비교구매, 신중성, 구매후 평가 및 불만처리의 5개 하위영역으로 구분하였고 문항은 총 20문항으로 4점 Likert 척도로 이루어졌다. 척도의 내적일치도는 Cronbach $\alpha = .81$ 이었다.

2) 소비자문제인지

소비자문제인지는 가격, 수선 및 교환, 광고, 부당거래, 품질, 외판의 6개 하위 영역으로 구분하였고 문항은 총 17문항으로 4점 Likert 척도로 이루어졌다. 척도의 내적일치도는 Cronbach $\alpha = .79$ 이었다.

3) 소득의 조정

독립변수인 가계소득은 가족원수별로 실질소득을 조정하였다. 본 연구는 소득계층별로 소비자기능수준과 소비자문제인지 정도를 파악하는 것이 목적이므로 가족원수별 총소비지출액을 파악해야 그 가계의 실질적인 복지수준을 파악할 수 있다. 1985년도 도시가계연보에 따르면 전도시 전가구의 총소비지출은 4인가구를 기준으로 할때 2인가구에서 0.69, 3인가구에서 0.85, 5인가구에서 1.17, 6인가구에서 1.36이다. 따라서 동일한 40만원의 소득이라도 2인, 3인, 5인, 6인이상가구에서 각각 58만원, 47만원, 34만원, 29만원으로 조정된다.

2. 조사대상

서울시에 거주하는 주부로 한정하였고, 60세 이상의 노년층주부는 구매자로서의 기능이 약화된 것으로 판단되어 대상에서 제외하였다. 본조사는

예비조사를 거쳐 자료의 미비한 점을 수정, 보완한 후, 1987년 9월 8일부터 9월 19일까지 480명을 대상으로 하였다. 저소득층주부는 대흥동, 신림 7동, 봉천 5동, 창신동, 상계동, 난지도의 주부를 대상으로 면접을 실시하였고 중간·고소득층 주부에게는 질문지를 배포하여 기입하도록 하고 누락 사항을 점검한 후, 회수하는 방법을 사용하였다.

3. 자료의 처리

수집된 자료중 320부를 SPSS program을 이용하여 처리하였다. 조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도, 백분율을, 연구문제의 분석을 위해 분산분석, DMR검증(Duncan's Multiple Range Test), 중분류분석(Multiple Classification Analysis)을 실시하였다.

4. 조사대상자의 특성

응답자의 연령은 20대, 30대, 40대, 50대가 각각 9.3%, 36.9%, 42.2%, 11.6%였고 저소득가계주부는 중간·고소득가계주부에 비해 50대가 약간 많았다.

응답자의 교육수준은 소득계층별로 차이가 있어서 저소득가계주부는 국민학교이하가 35.9%, 중학교가 62.5%로 교육수준이 낮았고, 중간소득가계주부는 고등학교가 63.4%, 대학교이상 27.7%였고 고소득가계주부는 고등학교가 30.8%, 대학교이상 67.0%로 교육수준이 비교적 높았다.

가구원수는 평균 4.60명이었고 월평균 가계소득은 62만 5천원이었다. 소득을 조정하여 월평균 가계소득이 25만원이하인 가계는 저소득가계, 30~80만원이면 중간소득가계, 81만원이상이면 고소득가계로 구분하였다. 각 소득집단의 월평균 가계소득의 평균은 저소득가계에서 19만 8천원, 중간소득가계에서 50만9천원, 고소득가계에서 123만 1천원으로 나타나서 저소득가계는 중간·고소득가계에 비해 크게 낮음을 알 수 있다.

IV. 결과 및 해석

1. 소비자기능수준

소득, 주부의 연령, 주부의 교육수준을 독립변수로 하고 소비자기능 및 5개 하위영역을 종속변수로 하여 실시한 변량분석과 DMR검증의 결과는 표 1과 같다.

1) 소득계층별 소비자기능수준의 평균점수는 저소득집단이 43.55점으로 중간·고소득집단보다 낮으며 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이를 보였다. 이러한 결과는 김정자(1986), 윤정혜(1986)의 연구결과와 일치한다. 하위영역별로 살펴보면 금전관리기능수준은 저소득집단에서 가장 낮으며 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이를 보였다. 이러한 결과는 저소득층은 소득이 낮고 불안정해서 저축생활, 예산생활을 못한다고 한 정동익(1985)이나, 저소득층은 구매력의 제한으로 할부구매를 한다고 한 박영숙(1984)의 연구결과와 일치한다. 정보획득과 사용기능수준은 저소득집단에서 가장 낮으며 $p < .001$ 수준에서 의미가 있다. 이러한 결과는 저소득층소비자는 매체정보원의 이용율이 낮다고 한 Andreasen(1975, 1976)이나, 탐색행동에서 적극적이지 않다고 한 Swagler(1979)의 제시와 일치한다. 비교구매기능수준은 저소득집단에서 가장 낮으며 $p < .001$ 수준에서 의미가 있다. 이러한 결과는 저소득층 소비자들은 시간적, 지리적, 심리적 제약때문에 품질과 가격에서 불리함을 감수하면서 비교구매를 하지 않고 구매행동도 제한되어 있다고 한 박영숙(1984), Goldman(1976)의 연구결과와 일치한다. 신중성 기능수준은 저소득집단에서 가장 낮으며 $p < .001$ 수준에서 의미가 있다. 이러한 결과는 Andreasen(1975), Swagler(1979)의 제시와 일치한다. 구매후 평가 및 불만처리기능 수준은 저소득

집단에서 가장 낮으며 $p < .001$ 수준에서 의미가 있다. 이러한 결과는 Andreasen(1976), 제선자(1987)의 연구결과와 일치한다.

2) 연령계층별 소비자기능수준은 50대집단에서 가장 낮으며 $p < .01$ 이 수준에서 유의한 차이를 보였다. 하위영역별로 살펴보면 금전관리기능수준은 $p < .01$, 정보획득과 사용기능수준, 비교구매기능수준은 각각 $p < .05$ 수준에서 의미가 있었고 DMR검증에 의하면 50대집단이 소비자기능수준이 낮았다. 이러한 결과는 50대집단이 다른 연령집단에 비해서 저소득층이 약간 많다는 점과 50대는 교육수준이 낮기 때문이라는 것으로 설명할 수 있다.

3) 교육수준별 소비자기능수준은 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이를 보였다. 국민학교 이하집단이 가장 낮고 다음이 중학교 집단이며 DMR검증에 의하면 이들 집단은 각각 다른 세 집단과 유의한 차이가 있었다. 이러한 결과는 교육수준이 낮은 소비자는 대체로 저소득층이라는 점과 연결시켜 설명할 수 있다. 하위영역별로 살펴보면 각각 기능수준은 국민학교이하 집단에서 가장 낮으며 $p < .001$ 수준에서 의미가 있다. 이러한 결과는 Newman과 Staetin(1972), Warland등(1975)의 연구결과와 일치한다.

소득, 주부의 연령, 주부의 교육수준의 각 변수가 소비자기능수준에 미치는 독립적 영향력을 비교하기 위해 중분류분석을 실시하였다. 분산분석결과, 소비자기능수준은 소득($F(2, 311) = 41.26, p < .001$)과 교육수준($F(3, 311) = 4.5, p < .01$)에 따라서만 유의한 차이를 보였다. 세 변수의 상호작용 효과는 없었기 때문에 중분류분석의 결과는 해석이 가능하다(표 2참조).

소득계층별 소비자기능수준의 평균점수는 다른 변수를 통제했을때 저소득집단은 44.28(52.67-8.39)점으로 중간소득집단의 59.34점, 고소득집단의 57.

주3) 한국의 사회지표(1986)에 의하면 1980년 연령계층별 국민평균 교육수준은 20대가 9.44년, 30대가 8.10년, 40대가 5.95년, 50대가 2.25년으로 50대의 교육수준이 낮음을 알 수 있다.

(N=320)

표 1. 인구통계학적 특성에 따른 소비자기능수준의 차이

변수	구분	N	소בי자기능 (80)		금전관리 (16)		정보획득과 사용 (16)		비교구매 (16)		신중성 (16)		구매후 평가 및 불만처리 (16)	
			평균점수	Grouping	평균점수	Grouping	평균점수	Grouping	평균점수	Grouping	평균점수	Grouping	평균점수	Grouping
소득	저소득	128	43.55	A	7.67	A	8.08	A	9.28	A	10.07	A	7.45	A
	중간소득	101	60.13	B	11.81	B	11.55	B	12.66	B	13.42	B	10.68	B
	고소득	91	57.22	C	11.84	B	10.73	C	11.75	C	12.90	B	10.01	C
		df=2	F=269.19***		F=119.71***		F=122.62***		F=73.22***		F=103.66***		F=42.55***	
주부의 연령	29세이하	30	53.90	A	10.07	A	10.43	A	11.27	A	12.17	A	9.97	A
	30-39세	118	53.27	A	10.11	A	10.01	A	11.32	A	11.97	A	9.86	A
	40-49세	135	53.28	A	10.59	A	10.06	A	11.08	A	12.05	A	9.50	A
	50세이상	37	47.51	B	8.84	B	8.78	B	9.89	B	11.16	A	8.84	A
	df=3	F=4.26**		F=3.19**		F=3.69*		F=2.90*		F=1.45		F=2.60		
주부의 교육수준	국민학교	46	40.98	A	6.30	A	8.11	A	8.63	A	9.83	A	8.11	A
	이하	91	46.76	B	8.82	B	8.46	A	9.92	B	10.64	B	8.91	B
	중학교	94	59.45	C	11.62	C	11.41	B	12.46	C	13.50	C	10.46	C
	고등학교	89	57.60	C	11.99	C	10.80	C	11.97	C	12.69	D	10.16	C
	df=3	F=130.17***		F=81.70***		F=58.28***		F=42.69***		F=53.25***		F=21.31***		

*P<.05 **P<.01 ***P<.001

◦ Duncan's Multiple Range Test에 의한 집단화로서 같은 문자로 표시된 평균은 통계적으로 유의한 차이가 없다.

표 2. 인구통계학적 특성에 따른 소비자 기능수준의 중분류분석

총평균 : 52.67		N	총평균으로부터의 편차 ¹⁾			
변수	구분		총편차 ²⁾	순편차 ³⁾	eta	Beta
소득***	저소득	128	-9.12	-8.39	0.79	0.73
	중간소득	101	7.46	6.67		
	고소득	91	4.55	4.40		
주부의 연령	29세 이하	30	1.23	1.03	0.20	0.05
	30 ~ 39세	118	0.60	0.04		
	40 ~ 49세	135	0.61	0.02		
	50세 이상	37	-5.16	-1.05		
주부의** 교육수준	국민학교 이하	46	-11.69	-3.04	0.74	0.14
	중학교	91	-5.91	0.65		
	고등학교	94	6.78	1.06		
	대학교 이상	89	4.93	-0.21		
계		320				
Multiple R						0.806
Multiple R ²						0.650

P<.01 *P<.001

1. 각 예측변수(소득, 연령, 교육수준)와 종속변수(소비자기능)간의 단순관계를 나타낸 것이다.
2. 다른 변수들을 고려하지 않은 상태에서의 편차이다.
3. 다른 변수들의 영향력을 배제시킨 뒤의 편차이다.

07점에 비해서 낮다. 그런데 저소득집단과 중간소득집단의 격차인 15.06점은 다른 변수통제전의 두 집단간의 격차인 16.58점에 비해서 줄어든 것이다. 교육수준별 소비자기능수준의 평균점수는 다른 변수를 통제했을때 국민학교 이하집단은 49.63점으로 가장 낮고 가장 높은 집단은 고등학교 집단으로 53.73점이다. 그런데 다른 변수통제전에 비해 국민학교 이하집단과 중학교집단의 평균점수는 각각 49.63점, 53.32점으로 높아졌고, 고등학교 집단과 대학교 이상집단은 각각 53.73점, 52.46점으로 낮아졌다. 각 변수의 소비자기능수준에 미친 독립적 영향력은 소득이 $\beta=.73$, 연령이 $\beta=.05$, 교육수준이 $\beta=.14$

였고 이들 세 변수는 소비자기능수준을 65.0% 설명한다. 따라서 소득변수는 소비자기능수준을 설명하는 가장 영향력있는 변수임을 알 수 있다.

소득계층별 하위영역 기준수준간의 비교⁴⁾에서 금전관리기능수준은 다른 기능수준에 비해 저소득층에서 상대적으로 더 낮게 나타났는데 이는 도시 빈곤가구 중 저축을 할 수 있는 가구는 26.3%이고, 부채를 지고 있는 가구는 57.5%라고 저소득층의 금전관리문제를 보고한 KDI조사(1981, 서상복 등 1981에서 재인용)의 연구결과를 입증하는 것이다. 구매후 평가 및 불만 처리기능수준은 5개 하위영역 중 세집단 모두에서 가장 낮게 나타났는데 이는

주4) 표 1의 평균점수참조.

우리나라 소비자가 소극적인 구매후 불만처리행동을 하는 소비자임을 암시하는 것이라 하겠다. 따라서 적극적인 소비자로서 시장환경에 효율적으로 대처하기 위한 소비자의식의 개발이 소비자 교육에서 강조되어야 할 것이다.

2. 소비자문제인지정도

소득, 주부의 연령, 주부의 교육수준을 독립변수로 하고 소비자문제인지 및 6개 하위영역을 종속변수로 하여 실시한 변량분석과 DMR 검증의 결과는 표 3과 같다.

1) 소득계층별 소비자문제인지정도의 평균점수는 저소득집단이 46.63점으로 중간·고소득집단보다 높으며 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이를 보였다. 이러한 결과는 김경자(1986)의 연구결과와 일치한다. 하위영역별로 살펴보면 가격문제인지정도는 저소득집단에서 가장 높으며 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이를 보였다. 본 연구에서는 동일한 상품을 비싸게 산 경험, 가격표의 오기, 품질측면에서의 가격문제인지 등의 시장환경 내지 소비자의 비교구매기능부족의 측면에서 가격문제인지 정도를 분석하였다. 따라서 이러한 결과는 저소득층지역의 시장환경문제를 지적한 Andreasen(1975), Berry(1972), Sexton(1972)이나 저소득층 소비자는 비교구매기능수준이 낮다고 한 Andreasen(1975), Studivant(1968)의 연구결과와 맥락이 통하는 것이다. 수선 및 교환문제인지정도는 저소득집단에서 가장 높으며 $p < .001$ 수준에서 의미가 있다. 이러한 결과는 저소득층소비자는 자원이 부족하기 때문에 질이 낮은 상품을 주로 사며 더 오래 쓰는 것을 기대하는 경향이 높다고 한 Diamond등(1976)의 연구결과와 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 부당거래문제인지정도는 저소득집단에서 가장 높으며 $p < .001$ 수준에서 의미가 있다. 본 연구에서는 소량구매의 거절, 유사상표, 수량의 부족 등 상인의 기만문제를 부당거래문제로 분석하였다.

따라서 이러한 결과는 저소득층지역의 상인의 착취와 불법적이고 비윤리적인 상거래를 보고한

Berry(1972), Day와 Aaker(1970), Swagler(1979)의 제시와 맥락이 통하는 것이다. 품질문제인지정도는 저소득집단에서 가장 높으며 $p < .001$ 수준에서 의미가 있다. 외판문제인지정도는 저소득집단에서 가장 높으며 $p < .001$ 수준에서 의미가 있다. 이러한 결과는 저소득층소비자는 불충분한 소득으로 인해 제품의 가격을 할부지불할 수 있는 외판구입을 많이 하기 때문에 겪게 되는 문제로서 저소득층 소비자 문제는 자원의 희소성에서 비롯된 것이라고 한 Swagler(1979)의 제시와 일치하는 것이다. 그런데 Best(1983)가 지적했듯이 저소득층소비자의 소비자문제인지율이 낮다는 것을 감안한다면 저소득층 소비자가 겪고 있는 소비자문제는 이보다 심각할 것이다.

2) 연령계층별 소비자문제인지정도 및 6개 하위영역은 유의한 차이를 보이지 않았다.

3) 교육수준별 소비자문제인지정도는 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이를 보였다. 중학교 집단의 평균점수가 가장 높고 다음이 국민학교이하집단이며 낮은 집단은 대학교 이상 집단이다. DMR검증에 의하면 국민학교이하·중학교집단과 고등학교·대학교 이상 집단간에는 유의한 차이가 있었다. 하위영역별로 살펴보면 가격문제인지정도, 부당거래문제인지정도, 품질문제인지정도, 외판문제인지정도는 각각 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이를 보였고, 수선 및 교환문제인지정도, 광고문제인지정도는 각각 $p < .01$ 수준에서 유의한 차이를 보였다. DMR 검증에 의하면 가격문제인지정도는 국민학교이하, 중학교, 대학교이상의 세집단과 고등학교집단간에는 유의한 차이가 있었고, 수선 및 교환문제인지정도, 광고문제인지정도, 부당한 거래문제인지정도, 품질문제인지정도, 외판문제인지정도는 각각 국민학교이하·중학교집단과 고등학교·대학교이상집단간에는 유의한 차이가 있었다.

소득, 주부의 연령, 주부의 교육수준의 각 변수가 소비자문제인지정도에 미치는 독립적 영향력을 비교하기 위해 중분류 분석을 실시하였다. 분석분석 결과, 소비자문제인지정도는 소득($F(2,311) = 15.1$,

표 3. 인구통계학적 특성에 따른 소비자문제인지정도의 차이 (N=320)

변수	구분	N	소비자문제 (68)		가격		(12) 수선 및 교환 (8)		(8) 광고		부당한 거래 (12)		품질		(12) 외관		(16) Grouping
			평균점수	Grouping	평균점수	Grouping	평균점수	Grouping	평균점수	Grouping	평균점수	Grouping	평균점수	Grouping	평균점수	Grouping	
소득	저 소득	128	46.63	A	8.78	A	5.81	A	5.78	A	8.37	A	8.50	A	9.39	A	
	중간소득	101	36.39	B	7.83	B	5.21	B	5.45	A	7.03	B	7.33	B	3.54	B	
	고 소득	91	36.85	B	8.43	A	5.55	A	5.54	A	7.56	C	7.75	B	2.02	C	
		df=2	F=92.22***		F=8.99***		F=5.63***		F=2.15		F=19.06***		F=15.28***		F=96.60***		
주부의 연령	29세이하	30	42.30	A	8.43	A	5.23	A	5.77	A	7.77	A	7.77	A	7.33	A	
	30-39세	118	40.97	A	8.34	A	5.58	A	5.75	A	7.75	A	8.01	A	5.54	A	
	40-49세	135	39.83	A	8.41	A	5.61	A	5.44	A	7.68	A	7.79	A	4.88	A	
	50세이상	37	40.97	A	8.35	A	5.43	A	5.59	A	7.70	A	8.19	A	5.70	A	
		df=3	F=0.95		F=0.05		F=0.75		F=1.42		F=0.04		F=0.75		F=1.82		
주부의 교육수준	국민학교	46	45.00	A	8.70	A	5.50	A	5.57	A	7.93	A	8.09	A	9.22	A	
	이하	91	46.34	A	8.84	A	5.98	A	5.89	A	8.41	A	8.66	A	8.57	A	
	중학교	94	36.95	B	7.74	B	5.23	B	5.27	B	7.30	B	7.46	B	3.95	B	
	고등학교	89	36.37	B	8.43	A	5.46	C	5.70	C	7.34	B	7.55	B	1.90	C	
		df=3	F=49.64***		F=7.27***		F=4.93***		F=4.01**		F=8.81***		F=10.42***		F=49.09***		

P<01 *P<.001

。 Duncan's Multiple Range Test에 의한 집단화로서 같은 문자로 표시된 평균은 통계적으로 유의한 차이가 없다.

표 4. 인구통계학적 특성에 따른 소비자문제인지정도의 중분류분석

총평균 : 40.62		N	총평균으로부터의 편차 ¹⁾		eta	Beta
변수	구분		총편차 ²⁾	순편차 ³⁾		
소득***	저 소득	128	6.02	5.95	0.61	0.60
	중 간 소득	101	-4.23	-4.48		
	고 소득	91	-3.77	-3.39		
주부의 연령	29세 이하	30	1.68	1.34	0.09	0.09
	30 ~ 39세	118	0.36	0.36		
	40 ~ 49세	135	-0.79	-0.17		
	50세 이상	37	0.36	-1.62		
주부의 교육수준	국민학교 이하	46	4.38	-1.11	0.57	0.09
	중학교	91	5.73	0.88		
	고등학교	94	-3.67	0.19		
	대학교 이상	89	-4.24	-0.53		
계		320				
Multiple R						0.621
Multiple R ²						0.386

**P<.001

p<.001)에 따라서만 유의한 차이를 보였다. 세 변수의 상호작용효과는 없었기 때문에 중분류분석의 결과는 해석이 가능하다(표 4참조).

소득계층별 소비자문제인지정도의 평균점수는 다른 변수를 통제했을때 저소득 집단은 46.57(40.62 + 5.95)점으로 중간소득집단의 36.14점, 고소득집단의 37.23점에 비해서 높다. 그런데 저소득집단과 중간소득집단의 격차인 10.43점은 다른 변수통제전의 두 집단간의 격차인 10.25점에 비해서 증가한 것이다. 각 변수의 소비자문제인지정도에 미친 독립적 영향력은 소득이 $\beta=.60$, 연령이 $\beta=.09$, 교육수준이 $\beta=.09$ 였고 이들 세 변수는 소비자문제인지정도를 38.6% 설명한다. 따라서 소득변수는 소비

자문제인지정도를 설명하는 가장 영향력있는 변수임을 알 수 있다.

소득계층별 하위영역문제인지정도간의 비교를 위해 소비자문제인지와 각 하위영역의 총점수를 구하고 백분율을 사용하여 구성비를 살펴보았다⁵⁾(표 5, 6참조).

하위영역문제인지정도에서 광고문제인지정도와 가격문제인지정도가 다른 하위영역에 비해서 높게 나타났고, 외판문제인지 정도는 낮게 나타났다. 외판문제인지정도의 평균구성비는 낮지만 각 문항의 평균점수는 2.49점으로 '가끔씩은 겪는' 문제이다.

외판문제인지정도는 다른 하위영역과 비교해서 저소득집단에서 상대적으로 높게 나타났는데, 이는

주5) 소비자문제인지의 각 하위영역의 총점수를 구하여 각각을 소비자문제인지의 총점수로 나누고 백분율을 사용하여 구성비를 구하였다.

표 5. 소비자문제인지의 하위영역별 구성비

문제유형	가격문제	수선 및 교환문제	광고문제	부당거래 문 제	품질문제	외판문제	계
전체구성비 (%)	20.63	13.66	13.80	19.00	19.49	13.42	100.000
평균구성비 (%)	6.88	6.83	6.90	6.33	6.50	3.35	
순 위	2	3	1	5	4	6	

표 6. 소득계층별 하위영역문제인지정도의 구성비

문 제 유 형	문항수	저소득집단			중간소득집단			고소득집단		
		전 체 구성비 (%)	평 균 구성비 (%)	순 위	전 체 구성비 (%)	평 균 구성비 (%)	순 위	전 체 구성비 (%)	평 균 구성비 (%)	순 위
가 격 문 제	3	18.83	6.28	1	21.52	7.17	2	22.88	7.63	1
수 선 및 교 환 문 제	2	12.46	6.23	2	14.31	7.16	3	15.06	7.53	2
광 고 문 제	2	12.40	6.20	3	14.97	7.48	1	15.03	7.52	3
부 당 시 래 문 제	3	17.94	5.98	5	19.32	6.44	5	20.52	6.84	5
품 질 문 제	3	18.23	6.08	4	20.14	6.71	4	21.03	7.01	4
외 판 문 제	4	20.14	5.03	6	9.74	2.44	6	5.49	1.37	6
계	17	100.00			100.00			100.01		

저소득층소비자의 할부구입에서 비롯되는 소비자 문제를 강조한 Cplowitz(1967)의 제시와 일치하는 것이다. 광고문제인지정도는 다른 하위영역과 비교해서 저소득집단에서 상대적으로 낮게 나타났는데 이는 저소득층의 광고 여과기능의 부족(Moschis와 Churchill 1978)과 저소득층의 매체정보원의 낮은 이용(Swagler 1979)으로 설명할 수 있다.

3. 소비자기능수준에 따른 소비자문제인지정도
소비자기능수준에 따른 소비자문제인지정도를

살펴보기 위해 소비자기능수준을 최하점 29점에서 최고점 74점까지를 5구간으로 나누고 이에따른 소비자문제인지정도의 평균점수를 구하였다(표 7 참조).

소비자문제인지정도의 평균점수는 소비자기능수준 중하위집단에서 가장 높게 나타났고 소비자기능수준의 평균점수가 높을수록 소비자문제인지정도의 평균점수는 낮게 나타났다. 그런데 소비자기능수준 하위집단의 소비자문제인지정도의 평균점수는 중하위집단보다 낮게 나타났는데 이는 소비

표 7. 소비자기능수준별 소비자문제인지정도의 평균

변 수	구 분	N	소비자문제인지정도의평균
소 비 자 기능수준	하위집단(29-38점)	26	45.65
	중하위집단(39-47점)	70	45.21
	중위집단(48-56점)	105	39.71
	중상위집단(57-65점)	92	37.25
	상위집단(66-74점)	27	36.22

표 8. 소비자기능수준별 소비자문제인지정도의 분산분석표

요 인	재 곱 합	자 유 도	평균제곱합	F
집단간분산	4502.71	4	1125.68	21.46***
집단내분산	16525.02	315	52.46	
계	21027.72	319		

***P<.001

자기능수준이 아주 낮은 경우에는 소비자문제를 인지하는 능력이 낮기 때문일 것으로 추측할 수 있다. 소비자문제인지정도의 집단간 차이가 의미 있는지를 검증하기 위해 분산분석을 하였다(표 8 참조).

분산분석결과 소비자기능수준에 따른 소비자문제인지정도의 집단간 차이는 $p<.001$ 수준에서 유의한 것으로 나타났고 소비자기능수준에 의해 설명되는 소비자문제 인지정도의 분산비율은 총분산의 21.4%였다($\eta^2=.214$). 또한 소비자기능과 소비자문제인지정도의 적률상관계수는 -0.414 로 $p<.001$ 수준에서 유의하였다. 따라서 소비자기능수준이 낮으면 소비자문제인지정도는 높다고 할 수 있다. 이러한 결과는 김경자(1986)의 연구결과와 일치한다. 그러므로 저소득층 소비자문제를 해결하기 위해서는 저소득층의 소비자기능수준을 향상시키기 위한 소비자교육이 필요하다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 저소득층의 소비자기능수준과 소비자문제인지정도를 파악하여 소비자교육프로그램 개발을 위한 기초자료를 제공하는데 목적이 있다.

결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 소비자기능수준과 유의한 관련을 보인 인구통계학적 변수는 소득, 주부의 연령, 주부의 교육수준이었다. 소비자기능 수준에 미치는 제 변수들의 독립적 영향력을 분석한 결과 가장 영향력이 큰 변수는 소득이었다. 소득계층별 하위영역기능수준간의 비교에서 금전관리기능수준은 다른 하위영역에 비해 저소득층에서 상대적으로 더 낮게 나타났고, 구매후 평가 및 불만처리기능수준은 다른 하위영역에 비해 모든 소득계층에서 가장 낮았다. 이러한 결과는 저소득층 소비자를 위한 소비자교육

주6) 분산분석에 의해 관계가 있는지를 알고난 후에는 얼마나 강한 관계가 있는지의 관찰된 관련의 강도를 검토해야한다. 이것은 에타자중(η^2)을 계산함에 의해 가능하다. 에타자중은 독립변수에 의해 "설명된" 종속변수의 분산비율을 측정하는 것으로 공식은 다음과 같다.

$$\eta^2 = \frac{SS \text{ BETWEEN}}{SS \text{ TOTAL}} \quad (\text{장상희와 홍동식 1985})$$

프로그램 개발의 필요성을 시사하는 것으로 특히 금전관리기능과 구매후 평가 및 불만처리기능에 대한 내용이 강조되어야 함을 의미한다고 하였다.

둘째, 소비자문제인지성도와 유의한 관련을 보인 인구통계학적 변수는 소득, 주부의 교육수준이었다. 소비자문제인지정도에 미치는 제 변수들의 독립적 영향력을 분석한 결과 가장 영향력이 큰 변수는 소득이었다. 소득계층별 하위영역 문제인지정도간의 비교에서 외관문제인지정도는 다른 하위영역에 비해 저소득층에서 높게 나타났고, 광고문제인지정도는 다른 하위영역에 비해 저소득층에서 낮았다. 이러한 결과는 저소득층 소비자문제 정도는 다른 소득계층에 비해 심각함을 시사하는 것으로 이러한 문제의 해결을 위해 소비자교육프로그램 개발이 필요하다고 하였다.

셋째, 소비자기능 수준과 소비자문제인지 정도에는 유의한 관련을 보여 소비자기능수준이 높은 소비자는 소비자문제인지 정도가 낮게 나타났다. 이러한 결과는 소비자기능수준의 향상에 의해 소비자문제인지정도를 낮출 수 있음을 시사하는 것이다.

저소득층소비자교육프로그램 개발에서는 저소득층소비자에게 교육의 필요성을 인식시키기 위한 의식의 개발이 우선되어야 한다. 본 조사의 '소비자교육에의 참가여부'에 대한 문항에서 각 소득집단별 평균점수는 저소득집단에서 2.06점으로 중간소득집단의 2.51점, 고소득집단의 2.16점보다 낮은 수준이다. 저소득층소비자의 경우 참가하지 않는 이유로 시간상의 부족, 참가할 필요성에 대한 인식부족 등을 제시하고 있다. 따라서 저소득층소비자교육에서는 교육의 필요성에 대한 의식의 개발이 우선되어야 할 것이다.

저소득층소비자교육프로그램의 내용은 그들의 소비자기능수준을 파악하여 이에 기초하여 체계화되어야 한다. 이를 위해서는 소비자기능을 하위영역으로 나누어 다른 계층과 비교하여 수준을 파악해야 할 것이고 저소득집단내에서도 연령, 교육수준에 따라 차이를 분석해야 할 것이다.

저소득층소비자교육프로그램의 실시방법은 그들의 경제적, 시간적, 심리적인 제약을 고려해야 하는데 Thorelli(1983)는 학교에서의 의무적인 소비자교육을 강조했고 형식적인 소비자교육을 피하기 위해서는 구매가이드, 카셋트 테이프, 만화교재(comic books)등의 사용은 비용이 적게 들고 특히 TV나 라디오의 광고는 효과가 크다고 하였다. 미국의 여러 주에서 불리한 입장의 소비자에게 소비자교육이 실시되고 있음을 설명한 Bloom과 Silver(1976)는 강의, 라디오나 TV에서의 짧은 삽입광고, 소책자, 개인적인 상담, 교실에서의 학습 등의 방법이 사용되고 있다고 하였다. 1986년 한국의 사회지표에 의하면 우리나라도 TV소유가구의 비율이 도시의 경우 1980년 90.9%로 나타났기에 TV나 라디오를 통한 광고교육이 효과적일 것으로 기대된다.

이와 같은 결론을 통하여 다음과 같은 제언을 한다.

첫째, 소득계층별, 연령계층별, 교육수준별 소비자문제인지율에서의 집단간의 차이를 분석하여 소비자문제인지정도를 파악하는 연구가 이루어져야 한다.

둘째, 저소득층소비자의 교육프로그램 개발을 위해서는 그들의 기능수준을 파악하는 연구가 이루어져야 하고, 각 소득 집단내에서도 연령계층과 교육수준에 따라 소비자기능 수준을 파악하여야 한다.

셋째, 저소득층소비자가 소비자문제해결을 원활히 수행할 수 있도록 소비자교육을 받을 수 있는 환경을 정부와 소비자보호기관에서 조성해야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 1) 경제기획원 : 도시가계연보, 1985
- 2) 경제기획원 : 한국의 사회지표, 1986
- 3) 계선자 : 도시주부가 인정한 소비자문제와 해결방법에 관한 연구. 한국가정관리학회지 5(1)

- : 85-99, 1987
- 4) 광동성 : 소비행동과 사회적계층에 관한 고찰. 중대경영논집 45 : 37-64, 1981
 - 5) 김경자 : 소득계층별 비교를 통한 저소득층 소비자문제에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문, 1986
 - 6) 김순미 : 소비자교육의 정립을 위한 기초연구. 대한가정학회지 20(4) : 133-142, 1982
 - 7) 김영모 · 원석조 · 황민수 : 한국빈곤정책에 관한 연구 - 영세민 실태조사를 중심으로 -. 사회정책연구 1, 1982
 - 8) 김영옥 · 이기춘 : 아동소비자기능 및 관련요인에 관한 연구. 한국가정관리학회지5(1) : 3-18, 1987
 - 9) 김용희(편) : 소비자경제학. 서울 : 비봉출판사, 1987
 - 10) 남은주 : 도시주부의 소비자행동에 관한연구 - 하층주부를 대상으로 -. 이화여자대학교 석사학위논문, 1983
 - 11) 문숙재 · 채옥희 : 가사노동. 서울 : 신광출판사, 1986
 - 12) 박계영 : 무허가 정착지 주민의 경제행위에 관한 일 고찰. 서울대학교 인류학 논집6 : 1-62, 1983
 - 13) 박영선 : 사회운동 측면에서 본 한국소비자보호운동. 이화여자대학교 석사학위논문, 1979
 - 14) 박영숙 : 도심지 빈민은 어떻게 살아가는가? . 한국사회연구 2 : 384-412, 1984
 - 15) 서상목 · 박찬구 · 김종기 · 임희섭 · 최일섭 · 이영휘 · 김성순 : 빈곤의 실태와 영세민대책. 서울 : 한국개발연구원, 1981
 - 16) 송연숙 : 소비자권익보호를 위한 정부의 시장개입 타당성 및 진로방향. 한국가정관리학회지 5(1) : 167-176, 1987
 - 17) 윤정혜 : 도시저소득층 소비자의 경제문제에 관한 연구 - 서울과 인천의 주부를 중심으로 -. 한국가정관리학회지 4(2) : 67-88, 1986
 - 18) 이기춘 : 소비자능력개발을 위한 소비자교육에 관한 연구 - 청소년소비자를 중심으로 - 서울대학교 박사학위논문, 1985
 - 19) 임희섭 : 한국에 있어서의 빈곤문제. 한국개발연구 1 : 고대아세아문제연구소, 1979
 - 20) 장상희 · 홍동식(공역) : 사회통계학 - 원리와 실제 -. 서울 : 박영사, 1985
 - 21) 정동익 : 도시빈민 연구. 서울 : 도서출판 아침, 1985
 - 22) 정진화 : 청소년의 소비자지식과 소비자행동에 관한 기초연구. 서울대학교 석사학위논문, 1985
 - 23) 표갑수 : 한국의 빈곤문화에 관한 고찰. 청주대학교 사회과학논총 1(1) : 153-165, 1983
 - 24) 한국법학교수회(편) : 법과 소비자보호. 서울 : 삼영사, 1980
 - 25) Andreassen AR : *The disadvantaged consumer. New York : The Free Press, 1975*
 - 26) Andreadedn AR : *The differing nature of consumerism in the ghetto. in Aaker DA & Day GS 3th ed. consumerism. New York : The Free Press : 97-108, 1976*
 - 27) Bearndardt LB : *Consumer problems and complaining action of older Americans -a national view-. Journal of Retailing 57 : 107-121, 1981*
 - 28) Berry LL : *The low-income marketing system -an overivew-. in Aaker DA & Day GS 3th ed. consumerism. New York : The Free Press : 109-125, 1972*
 - 29) Best A : *When consumer complain. New York : Columbia Univ. Press, 1981*
 - 30) Bloom PN & Silver MJ : *Consumer education -marketers take heed-. Harvard Bussiness Review Jan. -Feb. : 32-40, 1976*
 - 31) Bymers GJ : *On being consumer educators in the 1980's Journal of Consumer Affairs 17(1) : 1-13, 1983*
 - 32) Crosby LA & Taylor JR : *Effects of consumer information and education on cognition and choice. Journal of Consumer Research 6 : 43-56, 1981*
 - 33) Day GS & Aaker DA : *A guide to consumerism. Journal of Marketing July : 12-19, 1970*

- 34) Diamond SL, Ward S & Faber R : *Consumer problems and consumerism -analysis of calls to a consumer hot line-*. *Journal of Marketing* 40 Jan. : 58-62, 1976
- 35) Goldman A : *Do lower-income consumers have a more restricted shopping scope ?*. *Journal of marketing* 40 Jan. : 46-50, 1976
- 36) Herrman RO : *Consumerism -its goals, organization and future*. *Journal of Marketing* 34 Oct. : 55-60, 1970
- 37) Jacoby J, Chestnut RW & Silberman W : *Consumer use and comprehension of nutrition information*. *Journal of Consumer Research* 4 : 119-128, 1977
- 38) Morris D & Reesen D : *Consumer complaints and consumer advice*. in Morris D ed. *Economics of Consumer Protection*. London : Herrman Educational books : 118-142, 1980
- 39) Moschis GP & Churchill GA Jr. : *Consumer socialization -a theoretical and empirical analysis*. *Journal of Marketing Research* 15 Nov. : 599-609, 1978
- 40) Newman JW & Staelin R : *Prepurchase information seeking for new cars and major household appliances*. *Journal of Marketing Research* 9 Aug. : 249-257, 1972
- 41) Schnapper E : *Consumer legislation and the poor*. *The Yale Law Journal* 76(4) : 745-792, 1967
- 42) Sexton DE Jr. : *Black buyer behavior*. *Journal of Marketing* 36 Oct. : 36-39, 1972
- 43) Sudivant FD : *Better deal for ghetto shoppers*. *Harvard Bussiness Review* Mar. -Apr. : 130-139, 1968
- 44) Swagler RM : *Consumers and the markets* 2nd ed. Massachusetts : D.C. Heath and Company, 1979
- 45) Tek OB : *The impact of consumerism on a development economy -the case of Turkey*. *American Council on Consumer Interests the 29th Annual Conference*. Kansas City, Missouri : 282-288, 1983
- 46) Thorelli HB & Engledow J : *Information seekers and information -A policy perspective-*. *Journal of Marketing* 44 Spring : 9-24, 1980
- 47) Thorelli HB : *Consumer policy in developing countries*. *American Council on Consumer Interests the 29th Annual Conference*. Kansas city, Missouri : 147-153, 1983
- 48) Warland RH, Herrman RO & Moore DE : *Consumer complaining and community involvement -an exploration of their theoretical and empirical linkage-* *Journal of Consumer Affairs* 18 (1) : 64-78, 1984

