

消費者 信用金融의 使用에 관한 研究

— 江陵地域카드 使用者의 實態를 中心으로 —

A Study on the Consumer Credit Financing in Kangnung Province

鄭基成*

(Chung, Ki Sung)

目 次

- I. 序 論
 - II. 信用別度の 發展
 - III. 銀行信用카드
 - IV. 實態分析
 - V. 結論
- 參考文獻

I. 序 論

1. 問題의 提起

여러가지의 信用制度가 발달되고 있는 오늘날의 社會를 無現金社會(Cashless Society) 혹은 信用社會(Credit Society)라고 부른다. 많은 商去來 행위의 결제수단 에 수표나 신용카드 등이 使用되므로서, 이러한 信用販賣는 마아케팅 전략의 일환으로 사용되기도 하며, 消費者들에게 信用提供을 통하여 각종 財貨를 공급하고 經濟의 活性化를 기할 수 있게 되었다. 뿐만아니라 企業은 有效需要를 확대시킴과 동시에 賣出債權의 管理라는 부담에서 벗어나, 資金의 回轉이 빨라져 자금 압박으로 인한 경영상의 난점을 克服할 수 있게 되었다. 소비자 측면에서 고찰해보면 오늘날의 소비자는 所有權보다 使用權의 획득에 보다 큰 관심을 가지고 있어 信用 및 割賦購買를 빈번히 利用하고 또 이를 통해 생활수준과 문화수준의 向上을 꾀할 수 있게 되었다.

팩토링 금융은 美國에 비해 50년, 日本에 비해 10년이나 뒤진 1979년에 도입되었지만, 소비자 금융이나 신용카드 제도는 많은 사용상의 利点과 정보화 사회로의 이행에 힘입어 빠르게 擴散되고 있다.

따라서 본연구는 信用제도를 이론적으로 考察하고 강릉지역의 신용카드 사용 실태를 조사하여 信用사회로 나아가기 위한 問題點과 特性이 무엇인가를 파악하여 信用社會건설의 基礎資料를 제공하고자 한다.¹⁾ 이를 위해 2차적인 국내외의 문헌, 논문 자료를 參考하고 카드 사용 실태조사를 위해 강릉시내 카드 가맹업체를 任意 抽出, 실무자 및 대표자를 직접 인터뷰 하여 필요한 情報 및 資料를 蒐集하였고 SPSS를 사용해 分析하였다.

II. 信用 制度의 發展

1. 信用制度의 歷史

註 1) 동아일보, 「신용카드 무분별 발급 문제 있다.」, 1991, 6. 21.

신용제도는 본래 農民을 대상으로 발전되었다. 왜냐하면 농민은 收穫期에 가서야 목돈이 조성되므로 수확기까지 모든 支拂을 猶豫해야 했기 때문이다. 우리나라의 경우 農機械등은 여전히 좋은 조건으로 농민들에게 공급되고 있으며 농업기계화를 촉진하고 있다.

상품의 경우 가장 먼저 信用購買가 普遍化한 것은 미국으로 벌써 미국의 독립 전에도 실시되었던 것을 알 수 있다.²⁾ 우리나라의 경우 방물장수는 신용 및 정보의 提供者로서 외상 매출이 보편화했었다. 그러나 일반 업체의 경우 현금판매와 외상판매는 엄밀히 區分되어, 신용 판매의 경우 이자가 加算되어 판매된 것이 보편적이었다.

그럼에도 불구하고 미국의 境遇에서 보면 18-19세기에 勞動者로 변신한 뒤 생활 수준에 맞는 구매를 달성하기 위하여 소비자 금융이 사용되었으며, 무주택서민들에게 주택자금을 공급하기 위해 住宅金融(Mortgages)이 나타나기 시작했다. 그러나 이때의 이자는 대단히 고리였으므로 신용제도 초기에 많은 금융소비자들이 高利에 시달리기도 하였다.³⁾

20세기에 들어와 분할지급 신용제도가 미국 전역에 擴散되었으며 할부 신용과 고리대금업에 대해 300달러까지 個人 信用을 허용하되 이자가 연 42%를 넘으면 벌금을 무는 법률이 191년 마사츄세츠에서 처음으로 입법화 되었다. 1차 세계대전 후에는 새로운 소비자 금융기관이 登場하였고 자동차나 세탁기와 같은 내구소비재구매의 편의를 위해 소비자 금융제도가 확산되었다. 신평금융회사 들도 나타나기 시작하였고 1928년에는 뉴욕에 National City Bank가 처음으로 개인 금융부를 개설하였고 1938년에는 John Wanamaker라는 필라델피아의 한 백화점에서 처음으로 回轉 소비자 신용판매제도를 導入하였다.⁴⁾

이것은 외상구매시 30일 이내에 채무를 상환하면 이자와 서서비스비용청구가 없고 그 기간을 超過할 때는 해당기간에 대한 利子が 부과되었다. 소비자 신용제도의 획기적인 개혁은 신용카드(Credit Card)이며, 1951년 뉴욕의 프랭클린 내쇼날 은행에서 처음으로 은행신용카드를 발급하였다. 플라스틱 화폐의 先頭走者는 Bank Americard, VISA, Master Card(전에는 Master Charge라고 불렀다) 등이며 American Express Card는 經營의 획기적인 改善을 통해 세계적인 서서비스 카드로 발전하였다. 뿐만아니라 주유소, 슈퍼마켓, 백화점 등에서 會員制 카드를 발급하여 오늘날을 카드 문명시대라고 일컬을 수 있을 정도가 되었다.

註 2) Benton E.Gup, *Management of Financial Institutions*, Houghton Mifflin C., MA. 1984, p.464

註 3) op. cit., p.464

註 4) op., cit.

신용카드가 광범위하게 사용되기 전에는 factoring 및 할부 신용판매가 주된 구매 형태였다.⁵⁾ factoring의 메카니즘이 매우 중요한 신용제도의 하나였지만 근년에 와서 은행신용카드가 이들을 밀쳐내고 신용구매의 수단으로 수위의 자리를 굳혔다.

소비자 금융제도는 주택금융제도를 제외하고 가계소비에 대해 분할신용제도를 도입한 것이고, 非分割 신용제도는 외상금액을 일시 지불하는 경우로 일회 지불대출이며 비회전 計定이고, 서어비스 신용이다. 예를 들면 전화, 전기료금등의 지불이 이러한 境遇이다. 분할신용제도는 두번이상에 걸쳐 지불하는 모든 소비자 신용을 포함한다. 이것은 자동차 신용구입, 소비자 분할 回轉貸出(일정이자를 받는다) 등으로 상업은행 등이 제공한다.⁶⁾

소비자 금융은 단기적인 입장에서, 소비자들의 현재 소비에 대한 시차선호(time preference for current expenditures) 때문에 발생한다. 어느 소비자이든 조건이 같으면 보다 먼저 소비하고자 하는 성향이 있다. 이와같은 소비자의 욕구를 충족시켜 주기 위하여 최근에 이르러 소비자 신용제도(consumer credit)가 크게 발달되어 왔는데, 신용카드(credit card)나 외상거래 계정의 발달이 이를 의미한다. 이러한 소비자 신용제도를 이용하면 소비자는 대금지불을 단기적으로(보통 1~2개월) 연기 시키고(이것이 단기 차입이다) 상품이나 서어비스는 즉시 소비 할 수 있는데, 이때 대금지불 지연기간동안 발생하는 이자등의 금융비용은 소비자 신용을 제공하는 업자가 부담하기도 하며, 소비자 자신이 부담하기도한다. 소비자가 부담할 경우 지불기간을 단축시킴으로서 비용을 절감할 수 있는 것이 보통이다. 소비자 신용제도가 발달함에 따라 화폐에 대한 거래수요(transaction demand)와 요구불 예금(demand deposit)이 감소 하게 되었다.⁷⁾

2. 信用制度的 發展

가. 信販金融

신판금융은 自動車信用販賣의 필요성에 따라 신판금융회사의 설립으로 발전되었다. 동회사는 소비자가 소매대리점과 할부구입계약한 것을 매입하고 도매금융을 제공하는 것으로 자동차 소매대리점은 販賣契約을 실시한 뒤 본계약서를 신판회사에

註 5) 鄭基成, 尹長遠, 「嶺東地域의 消費者信用에 關한 研究」, 江陵大 論文集, 1983, pp.89-118

註 6) Frederick Yeager and Neil Seitz, *Financial Institution Management*, Reston Publishing Co., Virginia, 1982, pp.232-234

註 7) 李弼商, 「金融經濟論」, 博英社, 서울, 1990 p.254

賣買한다.

여기에는 拘束性金融(Captive Sales Finance)과 獨立性 金融(Independent Sales Finance)의 두가지가 있다.

구속성 금융이란 모기업제품의 대리점에 의한 판매와 관련된 외상매출 채권의 매입이다. 이것이 發展된 이유는 첫째로 독립적 금융회사가 중소기업체의 금융수요에 온전히 副應하지 못하기 때문에 1950년대 후반에 발전되었다. 따라서 제조업체가 신용 판매를 支援하는 모습을 갖추게 된 것이다. 둘째로 어떤 제조업체는 금융회사가 제조기업보다 높은 부채 자본비율을 가질 수 있기 때문에 연합금융회사대신에 자신의 金融代理店을 갖기를 원하게 되었다. 세째로 구속성 금융회사의 공통된 특징은 모기업이 농기구, 자동차, T.V., 등의 내구재를 생산한다는 것이다. 生産라인설치에 많은 원가가 들 경우 이러한 금융은 높은 在庫와 계절적 需要 때문에 은행으로 부터 외면 당하기 때문에 대리점이 이 제품을 구입해 주어 금융편의를 제공하도록 압력을 받는다. 넷째로 시어스로빅, 몽고메리워드, 메이시 등의 백화점들이 현금판매에서 할부 판매로 전환하여 단기간의 現金흐름을 줄이고 있다. 새로운 자금원을 발견하기 위해 추가자금의 지렛대를 구속성 금융회사가 제공토록 하고있다.

독립적 판매금융에서는 製品 系列 貸出을 제공하면서 높은 이자를 실현한다. 오늘날 대부분의 독립적 판매금융회사는 구속성 금융회사와 대부분 비슷하지만 구속성 금융회사는 금융의 多樣化보다 단종금융이므로 높은 이윤을 실현하지 못하여 왔고, 모기업 제품에 대한 소비자 금융보다 소비자금융을 통한 모기업에 대한 투자를 통해 廣範圍한 금융을 제공하였다. 이러한 금융회사 들은 소비재 및 개인 대출분야에 뛰어들어 보험, 은행, 제조, 소매 등의 傳統的 역할을 다양화시키고 있다. 예를들면 GM이 신용생명보험회사를 경영하고 있으며 많은 신용 販賣會社가 새로운 제품라인을 개발하고 있다.

나. 消費者 金融會社

(1) 의의 및 특성

消費者金融은 임금 노동자들에게 현금을 제공하기 위해 개발되었으며, 미국에서는 1935년이래 個人의 현금 수요분야에 상업은행이 소액대출분야에 들어 올때까지 독점적으로 실시되었다. 소비자금융이란 금융기관이나 제조회사 또는 판매회사가 소비자에 대해 商品 및 서어비스 구입자금의 일부 또는 전부를 일정기간 동안 융자해 주거나 分割 지불케 해줌으로써 결국 소비자에게 신용을 제공해 주는 것을 말하

는데 팩토링이 팩터와 판매회사 간의 거래로 기업간의 거래를 指稱하는데 비해 소비자금융은 기업과 소비자간의 거래관계를 나타내는 점에서 이 둘은 구분된다. 즉, 소비자 금융은 그 거래관계에 있어서 기업과 소비자간의 直接去來란 점에서 또 최종 소비자에 의한 상품이나 서어비스의 구매에 이용된다는 점과 비교적 짧은 기간 동안의 信用貸與란 점에서 다른 信用 制度和 區別된다.

이러한 관점에서 소비자금융을 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 거래금액이 비교적 少額이다.

둘째, 차용자가 不特定하다.

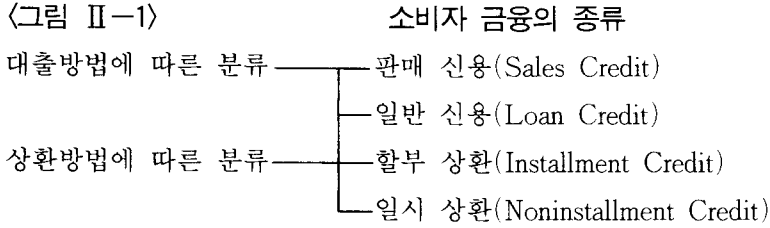
셋째, 소액이므로 높은 管理 費用이 들어 자금공여기관은 비교적 높은 이자율을 적용하게 된다.

(2) 소비자금융의 역사

소비자금융의 기원을 거슬러 본다면 전당업자(Pawnbrokers)나 고리대금업자(loan-sharks)의 활동으로 거슬러 올라간다. 1910년 이전까지만 해도 개인에 대한 신용제도가 거의 없었고 가난한 사람은 危險負擔이 높고 가치없는 사람으로 간주되어 이들이 질병이나 기타의 사유로 목돈을 필요로 할때는 재산의 일부나 귀금속 등을 抵當잡히거나 高利貸金業者에게 높은 이자율로 돈을 꾸는 도리밖에 없었으므로 자연히 전당업자나 고리대금업자에게 의존할 수밖에 없었다. 그러던 것이 차츰 사회가 安定되어 지고 사람들의 의식이 바뀌어져서 가난한 사람들에 대해서도 정당한 利子率로 대부를 제공하기 시작하게 되었으며 미국의 경우는 1925년 부터 상업은행이 소액 신용대출을 實施하게 되었다. 그 이후 소비자 금융의 急速한 발전은 이에대한 인식이 제품의 판매로 부터 소비자 금융자체의 매출이라는 관점으로 바뀌게 되었다는 점이다. 다시말하면 1910년 이전의 저당채무형태의 금융으로부터 개인의 信用으로 발전하고 割賦販賣에 이르기까지 발전되어 왔다고 할 수 있다.

(3) 소비자금융의 종류

소비자금융은 販賣信用(Sale Credit)과 一般信用(Loan Credit)으로 나뉘어 지는데 판매신용은 상품이나 서어비스의 구입을 전제로 하여 자금이 대부되는 것이고 일반 신용은 그러한 前堤없이 일단 대부받은 자금을 임의로 사용할 수 있다는 점이다. 이것을 償還方式으로 나누어 보면 여러 기간에 걸쳐 채무액을 상환하는 할부 신용과 채무액을 일시에 상환하는 비할부신용이 있다. 할부신용판매의 최초 기록은 1856년 싱거 재봉틀 회사(Singer Sewing Machine Company)로 되어 있다.



(4) 소비자 금융의 영향

消費者金融에 대하여 찬반의론이 분분하지만 이 제도가 생활패턴에 미친 영향은 지대하다.

첫째로 欲求充足의 기회를 연기할 필요가 없어졌다는 점이다. 이전 같으면 자동차나 가구처럼 비싼 제품을 구입하기 위해 貯蓄이나 기타의 수단으로 그만큼 가액이 만들어 질때까지 購買欲求를 延期해왔지만 소비자 금융을 활용하게 되어 그 욕구를 연기할 필요가 없어졌다.

둘째로 가정경제에 豫算의 概念이 도입되었다는 점이다.

이것은 일정액으로 분할지급할 金額을 정하게 되어 쓰임새를 조정하여 건전한 소비생활을 誘導할 수 있기 때문이다. 그러나 衝動購買를 억제하지 못한다는 비판이 있다.

세째로 가난한 사람들의 耐久製品 구매가 增加되어 사회집단 구성원의 동질성(Homogeneity)이 增加했다는 점이다. 왜냐하면 특정한 제품들이 그것을 소유한 사람이 身分程度(Status)를 나타내는 경향이 감소하게 되어 사회적 의식이 약화되어 감에 따라 사회전체의 同質性이 증가하게 되었기 때문이다.

네째로 사회계층화의 새로운 형태로 보여지는 것은 信用等級의 기준이 재산의 많고 적음이 아니라 安定된 職業, 安定된 소득의 정도에 따라 정해지게 되어 종전의 社會階層化의 정도를 변화시키기에 이르렀다. 소비자 금융의 장단점을 定理해 보면 다음과 같다.

(1) 長点

1. 소비자 시장의 확대에 의한 생산증가 및 규모의 경제 획득
2. 季節商品의 수요안정으로 企業의 생산 안정
3. 수요의 증가에 따른 産業刺戟으로 經濟活性化

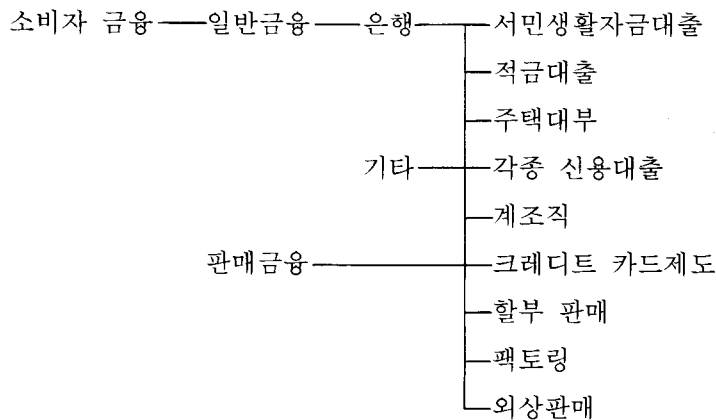
(2) 短点

1. 분수에 넘친 過多 支拂 가정경제
2. 사치품에 대한 수요증가

3. 소비자의 無分別한 債務增加憂慮
4. 강제저축의 한 형태
5. 화이트 칼라의 犯罪增加誘發

우리나라의 소비자 금융을 체계화하면 그림 <II-2>과 같다.

<그림 II-2> 우리나라의 소비자 금융



III. 銀行 信用 카드

1. 銀行信用카드의 歷史

소비자 금융이 少額貸出을 제공함으로써 발생하였다면 소비자 카드는 소비자들의 일상적 현금수요에 편리하게 대응 하기 위해 追究되었다. 편리성과 만족성으로 인해 미국의 경우 1968년 부터 1972년 까지 消費者 信用카드 殘高가 130억달러로 부터 1420억 달러로 급증하였다. 은행신용카드는 American Express, Diners Club Card 등의 여행 遊興카드로도 成長하게 되었고, 1960년대에 최초로 Bank of America(California)에 의해 미국전역에 適用되었다.

우리나라의 경우는 1969년 신세계 백화점이 발행한 신용 카드가 嚆矢이며 그후 각 백화점들이 競爭的으로 발급하기 시작했고 1978년부터 카드전문회사가 활동을 시작했고, 1980년 국민은행이 국민 카드를 發行하게 되었다.

2. 信用卡의 特徵

은행신용카드의 공통된 특징은 다음과 같다.

(1) 은행신용카드 所持者는 발급은행의 미리 設定된 신용 供與限度를 갖게 된다. 이것으로 신용카드 소지자가 제품을 구입하고 서명하면 신용이 제공되는 것이다. 소매상은 카드전표를 은행에 全額提示하고 지불요청하게 된다. 이때 서서비스료금은 0% 부터 6%까지 다양하나 우리나라의 경우 4%이다.

(2) 신용카드 所持者는 적어도 一定期間(최장 50여일-) 동안 본인의 이자 부담 없이 신용을 제공받을 수 있으며 割賦 購買인 경우는 규정에 정한 이자를 부담한다. 신용기간 연장에 따른 추가된 手數料는 은행신용카드 사용의 이자이다.

(3) 플라스틱카드의 사용은 다음의 몇가지 목적을 提供한다.

가. 고객을 업체에 露出한다.

나. 매출액에 관한 情報를 移轉한다.

다. 컴퓨터에 의해 전자 자금이체 시스템을 사용한다.

3. 信用卡의 實原價

신용카드는 개방식 소비자 대출로 廣範圍하게 사용되는 방법이다.

개방식 대출이란 貸出金額이 재화의 購入價格에 따르며 미리 설정한 구입 한도까지 購買할 수 있도록 허용한 것이다. 은행 신용카드 月間 이용 대금 명세서는 청구서에 대신하고 제시된 기일 내에 지불되면 이자가 없다. 그러나 支拂 이연이 일어나면 현행 연체이율 19%로 하고 7월 1일부터는 21%로 인상되는데 그럼에도 불구하고 실제 이율 算定은 매우 복잡하다.

예를 들면 김○○ 씨가 5월말 현재 100,000원의 利用殘高 結재를 통고받았다.

이때 6월 27일까지 結재하면 금융비용이 없다. 그러나 6월 1일에 10,000원의 구매가 이루어지면 다음달 은행신용카드 이용명세서에 오르게 된다.

6월 15일에 20,000원을 入金시켰다. 이때 연 19% 월 약 1부 6리인데 4가지 계산 방법을 산정해 볼 수 있다.

(1) 조정잔액법

만기전 미지급금에 대해서만 수수료를 부과한다. 본예제에서 사용대금 100,000원 중 20,000원을 중도 입금시켰을 때 잔액은 80,000원이고 이 80,000원에 대해서만 연

19%의 이율을 適用하는 경우이다.

(2) 이전잔액법

이 방법은 중도 입금에 관계없이 最初金額 전액에 대해서 수수료를 부과한다.

(3) 현재거래액을 제외한 평잔법

현재 30일 간의 평잔에 기초하여 수수료를 賦課하는 것으로 현재거래를 포함하지 않는다. 본 예제에서 100,000원의 15일과 80,000원의 15일간의 평잔인 90,000원에 대하여 연 19%의 수수료를 부과한다.

(4) 현재거래액 포함 평잔법

이 방법은 동일 기간중 새로운 구매를 包含하여 현잔 30일간의 평잔을 기초로 한다. 처음 30일간의 평잔이 200,000원이면(4월에 입금되어 있던 100,000원 6월 1일에 100,000원)이면 마지막 15일간 180,000원이므로 전기간 평잔은 190,000원이 되고 리자는 연리 19%가 190,000원에 대해 부과된다.

IV. 實態分析

카드소지자에 대한 통계나 이용현황, 사용실태 등이 발표되고 있는 공식자료가 희귀하여 우리나라 전반적인 통계를 분석하기 어렵다. 그러나 현재 카드회사는 국민카드, BC카드, 외환 VISA카드, 강원 VISA카드, 국민 MASTER카드, 위너스카드, LG카드, American Express Card 등등으로 많은 회사들이 카드 발급 경쟁을 하고 있는 실정이다.

본 研究에서는 분석대상업체를 자료 취득의 편의성때문에 일단 강릉지역으로 국한하였고 강릉지역의 사용자로 국한하여 조사 분석하였다. 업체에 대한 문항은 16개로 하였으며 사용자에 대한 문항은 19개로 하였다. 그러나 질문지 구성상의 난점으로 인하여 신뢰도검정(크론바하의 알파 값)을 위하여 동일 문항을 넓히는 등 정치한 기법을 사용하지 못하였다. 그통계적 특성은 다음과 같다.

〈표 IV-1〉 질문지 배부 및 회수율

구 분	업 체 별		사용자별	
	질문지수	백 분 율	질문지수	백 분 율
총배부 (a)	250	100%	250	100%
총회수 (b)	138	(b/a) 55.2%	112	(b/a) 44.8%
사용불능자료 (c)	18	(c/d) 13.0%	7	(c/b) 6.2%
분석대상자료 (d)	127	(d/b) 92.0%	105	(d/b) 93.7%

〈표 IV-2〉 조사응답자의 업종별 실태

대분류	소분류	업체수	%
의류	여성의류, 남성의류, 아동의류, 스포츠웨어	56	44.1
요식업	한식, 양식, 중식, 제과점	6	4.7
전자	가전제품, 비디오, 오디오, 악기	25	19.7
자동차	자동차판매, 자동차대여	0	0
서어비스	호텔, 여관, 병원	1	0.8
기타	가구, 기타	39	30.7
	계	127	100%

〈표 IV-3〉 카드사용자의 연령별, 직업별, 거주형태별 실태

연령별 (%)		직업별 (%)		거주형태별 (%)	
20대	66 (62.9%)	공무원	10 (9.5%)	자가	59 (56.2%)
30대	34 (32.4%)	사무원	70 (66.7%)	전세	30 (28.5%)
40대	3 (2.9%)	근로자	21 (20.0%)	임대	3 (2.9%)
50대	2 (1.8%)	농업	0	기타	13 (12.4%)
60대	0 (0%)	어업	0		
		자영사업	4 (3.8%)		
계	105 (100%)	계	105 (100%)	계	105 (100%)

본 분석에서는 강릉지역카드취급 업체들이 카드사용 고객에 대하여 어떤 자세를 갖는가를 분석함으로써 신용사회에 들어가기 위한 문제점을 파악하고자 한다. 카드의 환영정도는 무현금사회, 즉 신용사회에 대한 긍정적 태도에 따라 달라질 것이라고 보고 이를 밝혀 보기 위해 다음의 가설을 설정하여 검정하였다.

〈가설 I〉

- 가설 1. 카드구입 금액 단위가 높을수록 카드구입고객을 환영할 것이다.
- 가설 2. 카드구입 금액 단위가 높을수록 무현금 사회에 긍정적일 것이다.
- 가설 3. 무현금 사회에 긍정적일수록 카드구입을 환영할 것이다.
- 가설 4. 무현금 사회에 긍정적이고 카드구입금액 단위가 높을수록 카드를 환영할 것이다.

이들로써 제시할 수 있는 경로모형을 만들어 보면 다음과 같다.

〈IV-4〉 경로분석에 사용된 상관계수표

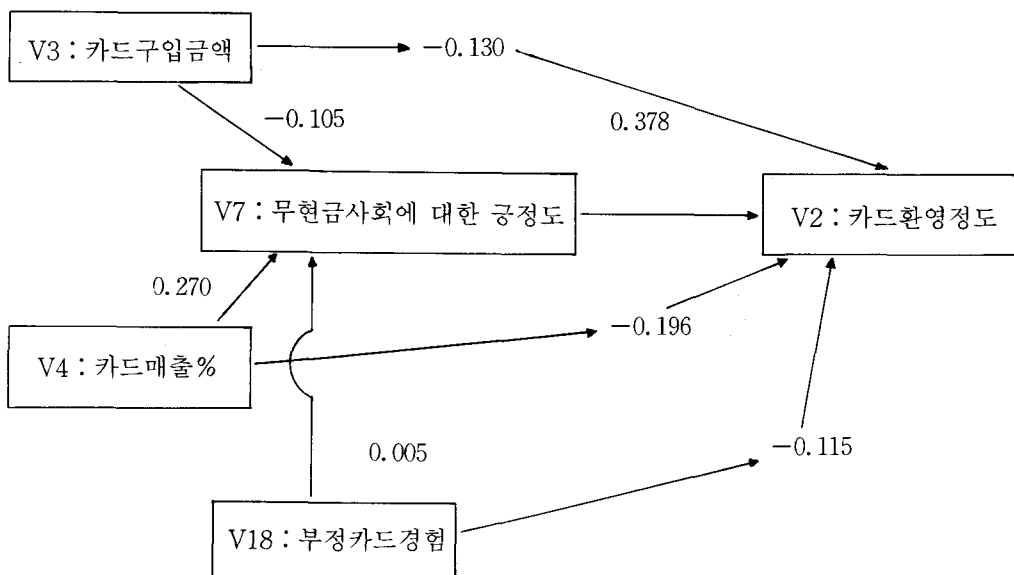
	V2	V3	V4	V7	V18
V2 : 카드환영 정도	1	-0.173	-0.128	0.331	-0.119
V3 : 카드 구입금액 단위		1	0.103	-0.077	-0.049
V4 : 카드에 의한 매출액			1	0.026	0.146
V7 : 무현금사회에 대한 긍정도				1	0.050
V18 : 부정카드 경험					1

〈표 IV-5〉 카드환영정도를 종속변수로 한 회귀분석

(N = 127)

독립변수	종속변수 : 카드환영정도	
	b	beta
부정카드경험 : V18	-0.130	-0.115
카드구입금액 : V3	-0.105	-0.130
무현금사회 : V7	0.405	0.378
카드매출액 : V4	-0.010	-0.196
회귀상수	2.105	
R SQUARE	0.43	

〈그림 IV-1〉 카드환영정도에 대한 경로모형



이상의 경로모형에서 볼때 카드환영정도는 그다지 큰 영향을 받고 있다고 볼수 없다. 그러나 카드의 구입단가가 높을수록, 부정카드의 경험이 있을 수록, 카드매출의 %가 높을수록 카드를 환영하지 않는 것으로 보인다. 카드의 매출 %가 높으면 무현금사회에 대한 긍정도가 높으며 특히 무현금사회에 대한 긍정도가 높을수록 카드를 환영하고 있는 것으로 나타났다.

이렇게 볼때 신용사회에 대한 지식이나 기대감은 카드사용을 매우 환영하여 신용사회건설에 이바지하게 된다고 볼 수 있다.

또 하나의 분석은 카드사용자들의 사용실태에 관한 분석이다.

이것은 어떠한 변수가 무현금사회에 대하여 영향을 미쳤는가를 분석함으로써 영향 집단에 대한 여러가지 전략을 구상할 수 있기 때문이다. 연령, 직업, 편리도, 카드 구입금액 등이 영향을 미친다고 보고 다음의 가설을 설정하여 검정하였다.

〈가설 II〉

- 가설 1. 연령이 젊을수록 무현금사회에 대한 기대가 클 것이다.
- 가설 2. 연령이 젊을수록 카드구입금액이 작을 것이다.
- 가설 3. 편리할수록 무현금사회에 대한 기대가 클 것이다.
- 가설 4. 연체한 경험이 있을수록 무현금사회에 대한 기대가 클 것이다.

이들로써 제시할 수 있는 경로모형을 만들어 보면 다음과 같다.

〈표 IV-6〉 경로분석에 사용된 상관계수표

	V22	V24	V25	V35	V39	V40
V22 : 수입중 카드사용액	1	0.005	0.036	0.197	0.002	-0.072
V24 : 카드사용의 편리성		1	0.072	0.126	0.072	0.182
V25 : 무현금사회에 대한 인식			1	-0.098	-0.119	0.116
V35 : 연체경험				1	-0.017	-0.042
V39 : 연령					1	0.290
V40 : 직업						1

〈표 IV-7〉 무현금사회에 대한 인식을 종속변수로 한 회귀분석

독립변수	종속변수: 무현금사회에 대한 인식	
	b	beta
직업: V40	0.017	0.153
연체경험: V35	-0.110	-0.117
수입중 카드사용액: V22	0.004	0.070
카드사용의 편리성: V24	0.071	0.070
연령: V39	-0.269	-0.171
회귀상수	1.986	
R SQUARE	0.239	

* F값: 0.315로 유의하지 않음

그러나 소비자의 경로분석은 어느 것을 두어도 유의한 결과가 나타나지 않아 경로 분석 모형 자체를 기각한다.

V. 結 論

1. 研究의 要約 및 限界

信用經濟 社會는 소비자신용판매제로 부터 시작해 주택금융, 자동차금융 등으로 발전되어 왔다. 이러한 信販金融의 발전은 소비자금융회사로 발전되어 왔고 이것의 현재 이용상품이 신용카드이다. 신용카드는 강릉에서 購入單價가 클수록 환영 받지 못하지만 카드 賣出이 높을수록 무현금 사회에 대한 肯定度가 높은 것으로 나타났다.

소비자금융과 소비자 신용카드는 그 使用의 利点이 多様하고, 서민금융의 방안으로 자리를 잡고 있다. 그러나 신용조사의 未備에도 불구하고 카드를 지나치게 많이 발급하여 많은 연체가 발생하고, 관리소홀로 인해 본의 아니게 금융거래 制裁者로 분류되는 경우도 있다. 뿐만아니라 업체들은 종류에 따라 카드이용에 대해 好意的이기도 하고 非好意的이기도 해서 고객들이 현금거래를 선호하는 경향이 있어왔다. 신용사회로 가는 길목에 있는 요즈음 지방으로 부터 신용거래의 문제를 극소화하고 大都市로 확대사용되어 소비자 금융과 카드이용이 활발할 수 있도록 끊임없는 改善이 필요할 것이다.

앞으로의 사회는 信用社會로 나아 갈 것이고 신용의 사용은 물론 카드의 이용 범위가 넓어질 것이므로 이용의 방향 및 使用者의 實態 把握이 끊임없이 이루어져 각종 通計的資料의 補完 整備은 물론 사용에 대한 改善點이 제시 되어야 할 것이다.

2. 論議의 方向

본 研究은 신용사회에 對備하기위해 카드에 대한 일반 취급점들의 자세가 어떠한가를 분석 함으로써 신용사회로 향한 理論的 實證을 目標로하고 있다. 그러나 理論的 歷史가 日淺하고 자료가 매우 희귀하여 가설을 세우고 조사설문을 구성하는데 문제점이 있다.

몇개의 경로분석을 위한 假設을 設定해보고 模型化를 試圖해보았지만 시간적 공간적 制限이 극심하고 방법론상의 문제점 때문에 원하는 결과분석이 이흡했다. 특히 소비자의 경로분석모형은 有意한 F값이 나오지않아 경로 분석 模型 자체가 棄却되었다. 따라서 앞으로 개선해야할 점은 변수의 항목을 늘려 신뢰도 檢定을 위하여 精緻한 질문서를 구성하여야 할 것이다. 또한 표본의 지역별, 對象別 多樣化를 피하여야 되고, 전국적인 統計를 뒷받침하여 주어야 할 것이다.

소비자금융과 소비자 신용카드는 그 使用의 利點이 多樣하고, 서민금융의 방안으로 자리를 잡고 있다. 그러나 신용조사의 未備에도 불구하고 카드를 지나치게 많이 發給하여 많은 연체가 발생하고, 관리소홀로 인해 본의 아니게 금융거래 制裁者로 분류되는 경우도 있다. 뿐만아니라 업체들은 종류에 따라 카드이용에 대해 好意的이기도 하고 非好意的이기도해서 고객들이 현금거래를 선호하는 경향이 있어왔다. 신용사회로 가는 길목에 있는 요즈음 지방으로부터 信用去來의 문제를 극소화하고 大都市로 확대사용되어 소비자금융과 카드이용이 活潑할 수 있도록 끊임없는 改善이 필요할 것이다.

參 考 文 獻

1. 강기원, 팩토링 금융제도연구 (서울, 무역경영사, 1983)
2. 金東基, “無現金社會의 到來” 現代經營 183호, 한국능률협회 1982
3. _____, “우리나라 消費者 信販制度 確立을 위한 信用販賣會社 設立에 관한 연구”
경영논집 제25집, (서울, 고대경영대학) 1982
4. 東亞日報, 「신용카드 무분별 발급 문제있다.」, 1991. 6. 21
5. 銀行情報, “카드론의 구조와 다양화” 서울, 1990. 3
6. _____, “日本の 信用卡 提携現況” 서울, 1990. 5
7. 李弼商, 「금융경제론」, 박영사, 서울, 1990. p.254
8. 鄭基成, 尹長遠, “영동지역의 消費者 信用에 관한 研究” 논문집, 영동산업문제연
구소, 강릉대, 1983
9. 韓國銀行, “日本の 消費者 金融”, 週刊内外經濟 974호 (서울, 한국은행, 1981. 9)
10. 韓一銀行, “팩토링 業務의 主要內容과 導入實態,” 韓一月報 883호 (서울, 한일은
행, 1982. 9)
11. Boczar, Gregory. “Competition Between Banks and Finance Companies
: A Cressection Approach.” *Journal of Finance* 33 (March 1978)
12. Caplovitz, David; “Consumer Credit in the Affluent Society”, *Banking
Markets & Financial Institutions*, Edited by Thomas G. Gies &
Vincent P. Apilado, Richard D. Irwin, Inc. 1971.
13. Cole, Robert; *Consumer and Commercial Credit Management*. Home-
wood, Ill. : Richard D. Irwin, 1972.
14. Frederick Yeager and Neil Seitz, *Financial Institution Management*, Res-
ton Publishing Co., Virginia, 1982, PP. 232-234.
15. Gup, E. Benton, *Management of Financial Institutions*, Houghton Mifflin
Co., MA. 1984. p.464
16. Katona, George, *The Mass Consumption Society*, 1964
17. Kidwell, David S. & Peterson, Richard L.; *Financial Institutions, Mar-
kets, and Money*, Dryden Press, 1981
18. National Commission on Consumer Finance; *Consumer Credit in the Un-
ited States*, Government Printion Office, 1972.