

소비자문제경험과 그 대응행동에 관한 연구

Study of Consumer Problems and Consumer Complaining Behavior

건국대학교 대학원 가정학과

박사과정 류 미 현

건국대학교 생활문화대학 가정관리학과

부 교수 이 승 신

Dept. of Home Economics Graduate School of Kon Kuk Univ.

Doctoral Course : Mi Hyun Ryu

Dept. of Home Management Kon Kuk Univ.

Associate Professor : Seung Sin Lee

〈 목 차 〉

I. 서론	IV. 결과 및 해석
II. 이론적 배경	V. 결론 및 제언
III. 연구방법	참고문헌

〈 Abstract 〉

The purpose of study is to provide with the basic research to aid to make policy programs for consumer education, which let reduce the Consumer Problems of non-durable goods and lead to do the aggressive Consumer Complaining behavior if they suffer the Consumer Problems.

Questionare Survey method was used and the sample was taken from 315 housewives living in Seoul. Research was operated by Frequency, Percentage, and Multiple Regression Analysis.

The major results are as follows :

1) Variables Effect on Consumer Problems : If they have high educational level, they experienced much more consumer problems, and less experienced them in case their husband's job is businessman, Expert.

2) Variables Effect on Consumer Complaining Behavior : They have much more consumer complaining behavior when they experienced the Seller's Attitude Problems, have more problems of after service for month and live in Apartment and Consumer Skills level is high.

I. 서 론

1960년대 이후 산업화가 진전되고 과학이 발달함에 따라 복잡하고 다양한 소비자문제는 대중소비사회의 산물로서 대두되었다. 특히 우리나라의 경우 1970년대 부터 급격한 경제성장으로 인하여 소비자문제가 본격화 되었는데 대량생산과 대량판매, 대량소비의 구조속에서 소비자는 풍요를 얻은 대신 자신이 원하는 것을 찾기 위해서는 더 많은 비용을 들여 시장정보를 얻어야 했다. 또한 정보를 획득하더라도 실제로 구매활동에 정보를 활용하지 못하여 재화에 대한 정확한 평가가 어렵기 때문에 소비자문제를 경험하고 있다.

오늘날 왜곡되거나 부정확한 정보전달의 문제, 상품의 안전성 문제, 불만해결문제등의 소비자문제가 중요한 사회문제로 대두되면서 그 피해 내용도 부당가격, 허위광고, 함양의 부족, 상품 사용으로 인한 부작용, 유통기간의 경과, 품질보증기간의 문제, 불량품, 계약과 상이한 상품등으로 매우 복잡하고 다양한 형태를 취하고 있다. 뿐만 아니라 소비자피해 또한 다발적이고 광범화 되어서 심각성이 날로 더해가고 있어 소비자에게 막대한 경제적·정신적 피해를 주고 있다.

따라서 지속적으로 증가하는 소비자 피해에 대해 소비자 스스로 자신을 보호하기 위한 행동으로 소비자 대응행동이 나타나야 한다. 하지만 소비자보호원(1994)의 보고 내용을 보면 그동안 증가하는 소비자 피해에 비해 소비자대응행동은 상당히 낮은 수준이었다. 특히 소비자들은 비내구재가 주로 수명이 짧고, 소모품이 많고 가격도 비교적 저렴하므로 신중한 구매계획 없이 구입하는 경우가 많기 때문에 내구재 보다는 비내구재가 소비자문제를 많이 경험하고 있다. 하지만 소비자피해의 내용이 뚜렷하거나 큰 경우에만 주로 대응행동을 많이 하기 때문에 비내구재에 대한 소비자피해는 많은 반면 대응행동수준은 매우 낮다.

본 연구에서는 사회경제적변수, 소비자능력에 따른 비내구재의 소비자문제경험과 대응행동은 어떠한가를 파악한다. 본 연구를 통하여 소비자문제를 감

소시키고 소비자 피해를 감을 경우 적극적인 대응행동을 할 수 있도록 하는 소비자교육을 위한 정책프로그램 편성에 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적배경

본 절에서는 소비자문제경험과 소비자대응행동에 관한 선행연구를 고찰하고, 본 연구의 관련변수와 연구모형을 제시하고자 한다.

1. 소비자문제 개념 및 유형

소비자문제는 그 범위가 너무 광범위하기 때문에 정의하기가 매우 어렵다. 그러나 몇몇 학자(Caplovitz, 1967; Andreasen, 1976; 長澤哲夫, 1975; 野村水和, 1978; 김경자, 1986; 김영신, 1991)들의 정의를 바탕으로 소비자문제에 대한 개념 정의를 보면 상품·서비스의 구입 및 소비에 관련된 문제로만 한정하는 거래문제로서의 소비자문제와 생활문제로서 광범위한 문제로 파악하려는 경우의 두가지 견해가 있다. 본 연구에서는 소비자문제를 소비생활 전반적인 문제로 광범위하게 규정하지 않고, 대중소비시장에 있어서 일반적으로 발생되고 있는 개인적 소비자의 구매, 소비행위와 관련하여 정의를 내렸다. 즉, 소비자문제란 소비자가 최종재의 소비생활자로서의 경제적 행동중재화나 서비스를 사용하는데의 일련의 소비과정에서 발생하는 소비자피해로 정의한다.

소비자문제가 사회적 문제로 등장하기 위해서는 소비자문제는 소비자피해의 집적을 전제로 하고, 소비자의 권리를 의식하고 피해를 사각하여 피해의 구제와 예방을 요구하는 어떤 주체적인 역량을 사회적으로 형성하는 것을 기초로 하여 등장하게 되었다(1993, 이종천).

이러한 소비자문제를 효율적이고 효과적으로 해결하기 위해서는 문제에 대한 과학적 시각과 체계적 분석이 요구되어지며 이를 위하여 소비자문제 유형을 분류할 필요성이 대두된다. 따라서 소비자문제는 그 기준에 따라 여러 학자들(Diamond, 1976; Diener, 1978; Mason, 1979; Francken·Raaij, 1985; 김경

자, 1986 ; 계선자, 1987 ; 성지미, 1988 ; 김성숙, 1989 ; 김영신, 1991 ; 문성애, 1991)에 의하여 주관적으로 다양하게 분류되고 있다.

본 연구에서는 주로 김영신(1991)과 문성애(1991)의 소비자문제유형분류¹⁾를 기초로 구매전의 문제인 광고·정보문제, 제품과 관련된 문제인 가격·품질문제, 거래문제인 판매원 태도문제, 구매후의 문제인 애프터서비스에 관한 문제로 분류하였다. 따라서 이러한 분류는 저화나 서서비스를 구입, 소비하는데 이 과정에서 겪는 모든 문제를 다룰 수 있으리라 본다.

2. 소비자문제의 특성 및 피해 실태

현대 자본주의에 있어서 소비자문제는 극히 복잡하고 다양한 형태를 취하고 있을 뿐만 아니라 소비자 피해 또한 다발적이고 광범화되어서 심각성이 날로 더해가고 있으며 다음과 같은 공통적인 특성을 가지고 있다(1992, 홍은표).

① 소비자문제는 보편적으로 발생한다. ② 피해의 광범위성이다. ③ 소비자와 생산자의 지위의 비대등성에서 발생한다. ④ 피해의 심각성이다. 소비자 피

해는 단순한 재산적 피해에 그치는 것이 아니라 소비자의 생명이나 신체에 치명적인 피해를 야기시키는 경우도 있다. ⑤ 피해 원인 규명이 곤란하다.

이러한 소비자피해를 구제하기 위한 소비자들의 피해 호소기관으로는 정부기관으로 한국소비자보호원이 있으며, 민간단체로는 소비자보호단체협의회 산하의 10개의 단체²⁾ 등이 소비자고발센터를 운영하고 있다.

'93년도 피해 총접수 건수는 112,017건으로 '87.7.1 개월 아래 지속적으로 증가하고 있으며('88대비 약 1.4배 증가), '92년 86,126건 보다 30.1%이상 증가하였다(<표 1>). 소비자들의 피해상황이 점점 증가하고 있는 상태이나 또 그에 따른 피해구제도 증가하고 있다. 하지만 피해구제 증가가 피해의 증가를 따라가지 못하고 있는 실정이다.

한국소비자보호원에서 발행한 '93년도 피해구제 업무분석(1994)에 의하면 청구이유별 접수순위는 품질 및 기능관련 피해구제가 4,244건(43.4%)으로 가장 많으며, 다음이 계약관련 3,128건(32.0%), 서서비스 관련 1,804건(18.5%)의 순으로 나타났다(<표 2>).

<표 1> 상담 및 피해구제 현황

	'87 (6개월)	'88	'89	'90	'91	'92	'93
계	8,063 (100)	17,624 (100)	31,955 (100)	32,801 (100)	56,784 (100)	86,126 (100)	112,017 (100)
상 담	4,173 (51.8)	10,898 (61.8)	22,894 (71.6)	23,148 (71.5)	46,732 (82.3)	75,422 (87.6)	102,236 (91.3)
피해구제	3,890 (48.2)	6,726 (38.2)	9,061 (28.4)	9,353 (28.5)	10,052 (17.7)	10,704 (12.4)	9,781 (8.7)

자료 : 한국소비자보호원(1994), 한국소비자보호원 업무분석.

- 1) 김영신 : 구매전문제, 제품관련문제, 거래관련문제, 구매후문제, 상점관련문제
문성애 : 광고·정보, 품질, 가격, 판매원태도, 교환·애프터서비스문제
- 2) 소비자보호단체 협의회 산하에는 한국소비자연맹, 대한 YWCA연합회, 전국주부교실중앙회, 대한주부클럽연합회, 한국여성단체협의회, 소비자문제를 연구하는 시민의 모임, 한국공익문제연구원, 한국부인회총본부, 대한 YWCA연맹, 한국소비자생활교육원의 10개 단체가 있다.

〈표 2〉 청구이유별 현황

	계	품 실	세 약	서비스	가 격	판매방법	기 타
'93	9,781 (100)	4,244 (43.4)	3,128 (32.0)	1,804 (18.5)	267 (2.7)	130 (1.3)	208 (2.1)
'92	10,704 (100)	4,709 (44.0)	3,649 (34.0)	1,639 (15.3)	324 (3.0)	162 (1.6)	221 (2.1)
증감(건)	923	465	521	165	57	32	13

자료 : 한국소비자보호원(1994), 한국소비자보호원 업무분석.

3. 소비자 대응행동(불평행동) 및 그 유형

소비자 대응행동(불평행동)은 제품구매후 평가가 불만족 했을 때 발생하는 것으로서 불만족한 경험에 대한 소비자의 표현이며(Bearden, 1983), 구매시의 부정적인 불일치에 의해 기인된 불만족으로 부터 일어난다. 즉, 제품의 성과가 예상된 수준 이하일때 불만족이 일어나며, 이때 불평은 불공정한 판매상, 제품에 대한 실증 그리고 기업행동에 대한 비난등의 수단어 된다(김부성, 1991). 따라서 소비자대응행동은 소비자, 기업, 정부에 많은 의미를 갖는 행동이다. 소비자 대응행동에 대한 기업들의 반응이 주후의 소비자의 그 기업에 대한 또는 그 기업의 상표나 제품에 대한 태도나 행동에 많은 영향을 미치고 있으며 소비자대응행동에 대한 연구는 기업을 규제하고 소비자를 보호하려는 정부기관에도 중요한 의의를 갖는다. 이러한 소비자대응행동에 관하여 그동안 많은 학자들(Landon, 1977 ; Bearden과 Teel, 1983 ; Jacoby와 Jaccard, 1986 ; Gilly와 Gelb, 1982)의 정의를 종합해 볼 때 소비자대응행동은 소비자분세 발생시 적극적, 긍정적으로 해결하고자 하는 행동의 의미를 포함하는 것이라 할 수 있다.

소비자대응행동은 소비자 스스로가 자기자신을 보호하려는 행동으로 연구자에 따라 다양하게 분류되지만 그중 Day 와 Landon(1977)의 분류가 가장 대표적이다. 소비자대응행동을 공격적인 대응행동을 하지않고 그냥 지나쳐버리는 무행동과 가족, 친지, 타인에게 경고, 구매중지, 상심기부등의 사적행동, 기업, 제조업자에게 보상추구, 민간단체, 정부에고발, 보상을 위한 법적 항의등의 공식행동으로 분류된다.

Day와 Landon(1977)의 무행동·사적행동·공식행동으로의 소비자대응행동의 분류는 실증적인 타당성에 대하여 여러가지 의견이 대두되고 있으나 소비자 대응행동의 유형과 관련된 분류에 대한 주요한 시사점을 제시하였다는 점에서 그 중요성이 크다고 할 수 있으며, 본 연구에서는 이 분류에 많은 기초를 두고 있다.

Day(1981)등은 내구재·비내구재·서비스에 대해 불만족한 경우 개인적인 대응행동이 소비자들에 의해 자주 사용된다는 것을 밝혔다. 이와같은 개인적행동은 소매업자의 직접적인 주의를 끌지는 못하나 기업의 매출액·수익성에 심각한 영향을 미칠수 있다고 하였다. 소비자측에서 보면 개인적 대응행동은 아무런 비용이나 노력이 들지 않고 많은 다른 불만족 소비자와 함께 행해진다면 기업에 심각한 영향을 미칠수 있다고 하였다. 우리나라의 연구결과도 이와 마찬가지로 사적 또는 개인적 대응행동이 압도적으로 많이 나타나고 있다(김은미, 1983 ; 송삼미, 1990).

4. 소비자문제경험과 소비자대응행동에 대한 관련변수고찰

1) 사회경제적변인

사회경제적변수가 소비자문제경험과 소비자대응행동에 영향을 준 연구를 살펴 보면 다음과 같다.

Fracken 과 Raaij(1985) 는 사회경제적변수와 소비자문제 인식와의 관계를 연구한 결과 젊은 층이 상업적 정보에 관한 문제를, 저소득층과 대가족인 경우 거래비용과 상품품질에 대한 문제를, 남성과 상

류층 소비자는 구매후 서어비스에 관한 문제를 더 많이 경험한다고 밝혔다. 또한 소득계층에 따라 소비자문제에 차이가 있다는 한은희(1987)의 연구에서 저소득층의 소비자가 고소득층의 소비자보다 높은 수준의 소비자문제를 보였다고 하였다.

청소년을 대상으로 한 연구에서 문성애(1991)는 학년에 따라, 강현주(1993)는 아버지의 학력, 용돈액수, 용돈받는 방법에 따라 소비자문제경험에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 김선주(1993)의 노인을 대상으로 한 연구에서는 연령, 직업종류, 자녀의 직업종류에서 노인의 소비자문제 경험정도가 차이를 보였다.

김영신(1991)은 소비자문제의 유형에 따라 유의미한 변수가 다르나 전반적으로 불 때 구매전의 문제인 광고·정보문제의 경험정도는 교육수준 및 소득수준이 영향을 주고 있었다.

사회경제적변수에 따른 소비자 대응행동을 설명한 연구결과에서 보면 이상협(1986)의 대학생들 대상으로 한 연구에서 여학생이 남학생보다 더 대응행동을 하는 경향을 나타내었는데 이는 여학생이 남학생보다 자신의 불만을 외적으로 표현 하는데 더 적극적인 행동을 취한다고 볼 수 있다. 또한 박진영(1990)은 주부의 연령이 높을수록, 남편의 직업수준이 낮을수록, 가정소득이 높을수록 불평행동을 많이 한다 하였으며, 정지영(1992)과 김선주(1993)의 노인을 대상으로 한 연구에서는 배우자와 함께 살고 있는 경우, 교육수준이 높을 수록 소비자불평행동을 많이 한다고 하였다.

2) 소비자능력(소비자지식, 태도, 기능)

현대의 빠르게 변화하는 사회속에서 복잡한 소비자문제에 직면할 경우 그 문제를 바르게 인지하고 현명하게 대응행동을 수행하기 위해 갖추어야 할 지식, 태도, 기능등의 소비자능력이 절실히 요구되는 때이다.

김성숙(1989)의 도시 저소득층의 소비자들 대상으로 한 결과 기초적인 소비자지식을 갖추지 못하여 실용적인 소비자 능력을 갖추지 못하고 따라서 소비자문제를 많이 경험하는 것으로 나타났으며, 김영신

(1991)과 이종천(1993)결과를 보면 소비에 대한 태도가 우호적이고 적극적인 소비자일수록 소비자문제를 보다 많이 경험하는 것으로 나타났다. 또한 성지미·문숙재(1988)의 연구에서는 소비자기능수준이 높은 소비자는 소비자문제인지정도가 낮음을 나타내서 소비자기능수준의 향상이 소비자문제인지 정도를 낮출 수 있음을 시사하였다.

소비자대응행동에는 기존의 선행연구에서 소비자능력 중 소비자태도와외의 관계만을 보았는데, 그 중 이상협(1986)은 소비자불평행동 유무를 판별할 수 있는 변수로는 제품평가와 제조업체에 대한 태도이며, 소비자들은 제품구매후 구매 제품에 대하여 불만족하고 그 제품의 제조업체에 대하여 부정적인 태도이면 불평행동을 한다고 하였다. Barnes 와 Kelloway(1980)는 적극적인 소비자태도를 가진 사람들이 보다 많은 대응행동을 하고, 소비자문제 해결에 보다 적극적인 태도를 가지고 있다고 하였다.

3) 소비자문제경험과 소비자대응행동

소비자들은 작은 불만족을 경험했을때는 그 반응이 대개 적지만 불만족이 심할 때는 소비자들은 그 상황에 있어서 다른 요소는 고려하지 않고 불평행동을 하게 된다. 하지만 기업은 소비자문제를 취급할 때 그 문제에 대해 문제의 수와 심각성을 중요하지 않게 여기거나 또는 그 불평들의 대다수가 만족스럽게 해결되어지고 있다고 하는 등의 방어적 자세를 취하고 있다(김무성, 1991).

소비자문제경험과 소비자불평행동과의 관계연구(정지영, 1992; 김선주, 1993)결과 정지영(1992)은 노인소비자가 소비자문제를 적게 경험할수록 소비자의 불평행동 수준이 높았으나 김선주(1993)의 연구에서는 노인소비자가 소비자문제를 많이 경험할수록 불평행동을 적극적으로 한다는 상반되는 결과가 나타났다. 소비자문제 유형에 따라 불만호소행동에 영향을 준다는 Andreasen(1977)의 주장은 소비자문제의 경험도에 대한 직접적인 측정과 소비자불만호소행동의 결과가 일치 하지 않는다는 데에서도 뒷받침되고 있다.

4) 연구문제 및 연구모형

지금까지 고찰한 소비자문제경험과 소비자대응행동에 관련된 선행연구를 토대로 연구문제와 연구모형을 설명하면 다음과 같다.

선행연구의 소비자문제경험과 대응행동에 대한 연구에서 사용된 사회경제적 변수 중 본 연구에는 주부의 연령, 교육수준, 남편의 직업, 주부의 직업유무, 월평균총수입과 주부들의 길속력이나 참여의식이 주기형태에 따라 다르기 때문에 소비자문제경험과 소비자대응행동에 영향을 줄것이라 생각되어 주기형태를 포함시켰으며, 소비자능력과 함께 설명변수로 하였다. 이를 토대로 연구문제를 제시하였으며, 연구모형은 <그림 1>과 같이 도식화 하였다.

본 연구에서 구체적으로 살펴볼 연구문제는 다음과 같다.

<연구문제1> 소비자문제경험에 영향을 미치는 요인은 무엇이며, 상대적인 영향력은 어떠한가?

<연구문제2> 소비자대응행동에 영향을 미치는 요

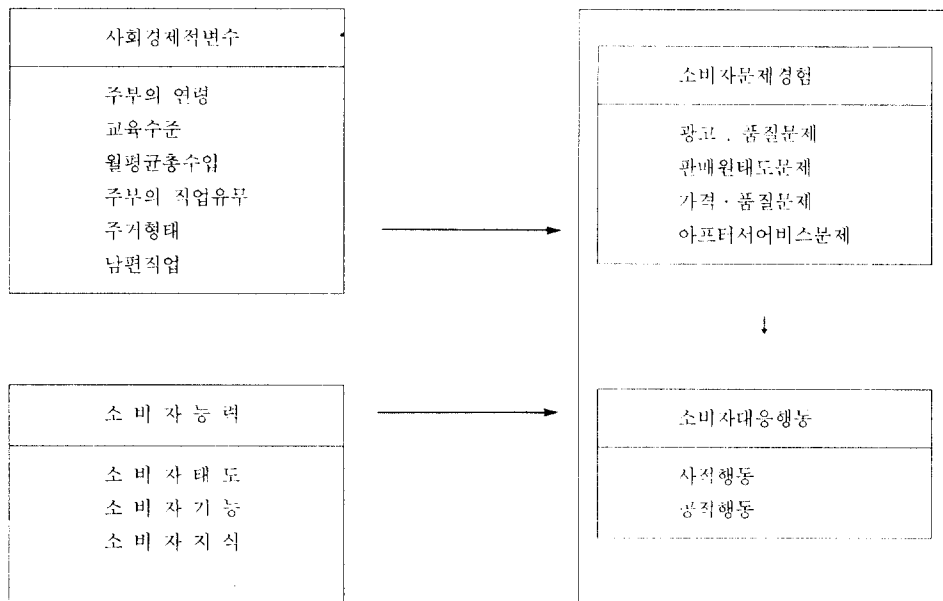
인은 무엇이며, 상대적인 영향력은 어떠한가?

Ⅲ. 연구방법

1. 조사도구 및 척도의 구성

본 연구에서 사용된 설문지는 선행연구를 참고로 하여 연구 목적에 맞추어 연구자가 작성하였으며, 총 55분항으로 그 구성내용은 다음과 같다.

주부의 비내구재에 대한 소비자문제경험정도를 파악하기 위하여 광고·정보, 판매원태도, 가격·품질, 애프터서비스문제에 관한 내용으로 Likert형 5점 척도로 20분항으로 구성하였으며 대응행동 내용으로는 사적행동, 공적행동으로 각각 4분항씩 총 8분항으로 5점 Likert척도로 구성되었다. 소비자능력은 소비자태도, 소비자기능, 소비자지식의 3개 영역으로 구분하였으며, 소비자태도와 소비자기능은 5점척도를 이용하여 각각 6분항씩 12분항으로 하였으며, 소



<그림 1> 소비자문제와 대응행동에 관한 연구모형

비자지식은 “맞다”, “틀리다” “잘모르겠다”로 하여 10문항으로 구성하였다. 조사대상자의 사회경제적 특성을 파악하기 위하여 주부의 연령, 학력, 월평균총수입, 주택유형, 남편의 직업, 주부의 직업유무등의 6문항으로 작성하였다.

예비조사는 1994년 6월 25일에 50명을 대상으로 실시하였다. 각 문항별 Cronbach's α 를 산출한 결과 소비자문제 .86, 소비자대응행동 .68, 소비자태도 .83, 소비자기능 .76으로 비교적 높게 나타났다. 소비자지식은 재조사법을 1주일 간격으로 실시한 결과 .62 나타났다. 또한 본 연구에서는 타당도 검증을 위해 소비자학을 전공한 교수 3인과 대학원생 3인으로 부터 각 측정도구에 대한 내용타당도를 검증 받았다.

2. 조사대상 및 분석방법

조사대상은 서울시에 거주하는 주부로 하였으며, 본 조사는 7월 1일 부터 7월 14일까지 14일간 실시 하였으며, 주부의 연령, 교육수준, 경제수준 등을 고려하여 총 400부를 배부하여 340부가 회수되었으나 (85%), 부실기재를 제외한 총 315부만이 분석에 사용되었다.

분석에 사용된 모든 자료는 SPSS PC* Program으로 처리하였으며, 연구의 분석을 위하여 빈도, 백분

율, 중회귀분석을 적용하였다.

IV. 결과 및 해석

1. 조사대상자의 사회경제적 특성

조사대상자의 사회경제적 특성을 알아보기 위하여 주부의 연령, 학력, 월평균총수입, 주택유형, 남편직업, 주부의 직업유무등을 살펴보았다(〈표 3〉).

2. 소비자문제경험에 대한 제 변수들의 영향력

소비자문제에 영향을 미치는 변수를 알아보기 위해 중회귀분석을 실시하였다(〈표 4〉). 중회귀분석을 실시하기전 모든 변수들간의 상관관계를 본 결과 모두 낮게 나타나서 분석에 다 사용되었으며, 주택유형(단독주택을 기준으로), 남편직업(생산·단순노동·판매직을 기준으로), 주부직업유무(전업주부를 기준으로)는 Dummy변수화 하였다.

소비자문제에 영향을 미친 변수로는 학력($\beta = .329$), 전문직($\beta = -.264$), 사무직($\beta = -.174$)순으로 유의하였으며, 이 회귀식의 설명력은 5%로 나타났다. 즉, 학력이 높을수록 소비자문제를 많이 경험하였으며, 남편직업이 생산·단순노동·판매직인 경우

〈표 3〉 조사대상자의 사회경제적특성

N(%)=315(100)

변 수	집 단	빈도(%)	변수	집 단	빈도(%)
연 령	21-29세	34(10.8)	주 택 유 형	단독주택	77(24.4)
	30-39세	159(50.5)		아 파 트	137(43.5)
	40-49세	79(25.0)		연립·다세대주택 및 기타	101(32.1)
	50세 이상	43(13.7)			
학 령	중졸 이하	60(19.0)	남 편 직 업	생산·단순노동·판매	54(17.2)
	고 졸	125(39.7)		자 영 업	75(23.8)
	대졸이상	130(41.3)		사 무 직	75(23.8)
월평균 총수입	100만원 이하	32(10.2)		관 리 직	66(20.9)
	101-150만원	92(29.2)		전 문 직	45(14.3)
	151-200만원	99(31.4)	주 부 지 업 유 무	전업주부	194(61.6)
	201만원 이상	92(29.2)		취업주부	121(38.4)

(표 4) 소비자문제경험에 대한 제 변수들의 영향력

변 수	소비자문제경험	광고·정보문제	판매원태도문제	가격·품질문제	아프터서비스문제
	B(β)	B(β)	B(β)	B(β)	B(β)
연 령	.125(.121)	.015(.046)	.064(.176)*	.001(.006)	.045(.114)
학 령	.922(.329)***	.340(.391)***	.130(.132)	.158(.203)*	.294(.278)***
월평균총수입	-.007(-.084)	-.002(-.086)	-.001(-.028)	.001(-.035)	-.003(-.104)
아파트	.760(.044)	.560(.104)	.492(.081)	.451(-.093)	.160(.024)
연립·다세대 주택 및 기타	1.853(.100)	.787(.204)	.785(.121)	.087(.017)	.368(.053)
자영업	-1.833(-.090)	.291(.046)	1.120(-.158)*	-.143(.025)	-.277(-.036)
사무직	-3.525(-.174)*	-1.171(-.186)*	-1.440(-.203)*	.563(-.010)	-.351(.046)
관리직	-3.008(-.142)	-.824(-.125)	-.887(-.119)	.858(.145)	-.440(-.055)
전문직	-6.536(-.264)**	-1.566(-.204)*	-1.308(-.151)	1.965(-.286)***	-1.698(-.182)*
취업주부	.622(.035)	.343(.062)	.859(.138)*	.228(.046)	.334(.050)
소비자태도	-.214(-.084)	-.072(-.091)	-.043(-.018)	-.030(-.042)	-.069(-.072)
소비자기능	.232(.104)	-.014(-.020)	.145(-.186)**	.041(.067)	.059(.071)
소비자지식	.129(.030)	.020(.015)	.084(.057)	.108(.092)	.173(-.108)
상 수	41.114	12.511	10.627	13.049	10.926
R ²	.092	.110	.091	.082	.085
adjusted R ²	.053	.072	.052	.042	.048

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

보다 사무직, 전문직인 경우 소비자문제를 적게 경험하였다. 특히 학력이 낮은 집단이 소비자문제를 덜 경험한다는 결과는 학력이 낮은 경우는 자신이 소비자문제를 경험하고 있음에도 불구하고 사각하지 못하고 있는 것이 아닌가 생각된다.

소비자문제경험을 영역별로 살펴보면 다음과 같다.

광고·정보문제는 학력이 높을수록 더 많이 경험하였으며, 남편직업 중 생산·단순노동·판매직인 경우보다 사무직·전문직인 경우는 낮게 나타났다. 판매원태도문제는 소비자기능수준이 높을수록, 전업주부 보다 취업주부인 경우, 연령이 높을수록 더 많이 경험하였으며, 남편직업이 생산·단순노동·판매직인 경우 보다 자영업·사무직인 경우 적게 경험하였다. 가격·품질문제는 학력이 높을수록 더 많이 경험하였으며, 남편직업이 생산·단순노동·판매직인 경우보다 전문직인 경우 낮게 경험 하였다. 아프터서비스문제는 학력이 높을수록 더 많이 경험 하였으며, 남편직업이 생산·단순노동·판매직인 경우보

다 전문직인 경우 아프터서비스문제를 적게 경험 하였다.

3. 소비자대응행동에 대한 제 변수들의 영향력

소비자대응행동에 영향을 미치는 변수들을 알아보기 위해 중회귀분석을 하였으며, 중회귀분석을 실시하기전 모든 변수들간의 상관관계를 본 결과 모두 낮게 나타나서 분석에 다 사용되었으며, 주택유형(단독주택을 기준으로), 남편직업(생산·단순노동·판매직을 기준으로), 주부직업유부(전업주부를 기준으로)는 Dummy변수화 하였다(〈표 5〉).

소비자대응행동에 영향을 미치는 변수로는 판매원태도문제($\beta = .270$), 소비자기능($\beta = .261$), 아파트($\beta = .182$), 월평균총수입($\beta = .157$) 아프터서비스문제($\beta = .155$)순으로 나타났다. 판매원태도문제와 아프터서비스문제를 많이 경험할수록, 월평균 총수입이 높을수록, 소비자기능수준이 높을수록, 단독

〈표 5〉 소비자대응행동에 대한 제 변수들의 영향력

변 수	소비자대응행동	사 적 행 동	공 적 행 동
	B(β)	B(β)	B(β)
연 령	.037(.086)	- .002(-.011)	.040(.138)*
학 령	- .044(-.038)	- .006(-.010)	- .037(-.048)
월평균총수입	.006(.157)**	.002(.127)*	.003(.128)*
아파트	1.321(.182)**	.588(.146)*	.733(.150)*
연립·다세대주택 및 기타	.420(.055)	.497(.116)	- .077(-.015)
자영업	- .448(-.053)	.148(.031)	- .596(-.105)
사무직	- .835(-.099)	- .148(-.032)	- .686(-.121)
관리직	- .098(-.011)	.189(.038)	- .287(-.048)
전문직	.672(.065)	.271(.047)	.401(.058)
취업주부	- .359(-.049)	- .360(-.087)	.001(.002)
소비자태도	- .073(-.069)	.009(.017)	- .083(-.117)
소비자기능	.242(.261)***	.063(.123)*	.178(.287)***
소비자지식	- .074(-.042)	- .025(-.025)	- .049(-.041)
광고·정보문제	- .139(-.104)	.023(.031)	- .162(-.180)**
판매원태도문제	.320(.270)***	.113(.171)**	.207(.259)***
가격·품질문제	.067(.045)	.016(.019)	.051(.050)
아프터서비스문제	.170(.155)**	.150(.245)***	.020(.027)
상 수	6.503	4.866	1.637
R ²	.296	.205	.280
adjusted R ²	.256	.160	.240

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

주택에 사는 경우보다 아파트에 사는 경우 소비자대응행동을 많이 하는 것으로 나타났으며, 특히 아파트에 사는 경우는 단독주택보다는 아파트 주민대표나 부녀회를 중심으로 한 주민의식 수준이나 참여의식이 높기때문에 소비자문제를 경험하는 경우 불매운동등의 소비자대응행동을 적극적으로 하는 것이라 생각된다. 제 변수들이 소비자대응행동에 대한 설명력은 25%정도였다.

그 하위영역별로 보면 다음과 같다.

사적행동은 아프터서비스문제와 판매원태도문제를 많이 경험할수록, 단독주택 보다 아파트에 사는 경우, 월평균총수입과 소비자기능수준이 높을수록 더 많은 사적행동을 한다. 공적행동은 소비자기능과 연령, 월평균총수입이 높아질수록, 판매원태도문제를 많이 경험할수록, 단독주택에 사는 경우보다

아파트에 사는 경우 더 많이 하였으며, 광고·정보문제를 많이 경험할수록 공적행동은 적게 하는 것으로 나타났다. 이는 광고·정보문제를 겪은 경우는 공적행동을 할 수 있을 정도의 정확한 피해내용을 제시하기 곤란한 점등으로 인해 공적행동을 적게 하는 것이라 생각된다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 비내구재에 대한 소비자문제경험과 대응행동에 관해서 알아보았다. 구체적인 연구내용은 사회경제적변수와 소비자기능에 따른 소비자문제경험과 소비자대응행동이었다. 이에 따라 본 연구의 목적은 비내구재에 대한 소비자문제의 경험도를 파악함으로써 이와 관련된 문제를 감소시키고 소비자

문제를 겪을 경우 적극적인 대응행동을 할 수 있도록 하는 소비자교육을 위한 정책프로그램 편성에 기초 자료를 제공하고자 하였다.

이 연구를 위해 설문지를 통하여 서울시 주부 315명의 최종분석 자료를 이용하여 빈도, 백분율, 중회귀분석을 실시하였다.

본 연구에서 나타난 중요한 결과만을 요약하면 다음과 같다.

1) 소비자문제경험에 대한 제 변수들의 영향력 : 학력이 높을수록 소비자문제를 많이 경험하였으며, 남편직업이 생산·단순노동·판매직인 경우 보다 사무직, 전문직인 경우 소비자문제를 적게 경험하였다.

2) 소비자대응행동에 대한 제 변수들의 영향력 : 판매원태도문제와 애프터서비스문제를 많이 경험할수록, 월평균총수입이 높을수록, 소비자기능수준이 높을수록 단독주택에 사는 경우보다 아파트에 사는 경우 소비자대응행동을 많이 하는 것으로 나타났다.

이상의 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

1) 소비자의 의식수준이 높아질 때 소비자문제는 보다 쉽게 해결될 수 있으므로 소비자가 자신을 보호하기 위한 능력을 배양시킬수 있도록 광고·정보를 잘 활용하는 방법, 적절한 가격으로 양질의 상품을 구매할 수 있는 구매기술, 애프터서비스의 적절한 활용 방안, 소비자피해에 대한 구제방법등에 대한 소비자교육이 더욱 강화되어야 한다.

2) 소비자문제 경험시 적극적인 대응행동을 할 수 있도록 소비자들에게 체계적인 소비자 피해 보상 절차를 알려주는 소비자교육이 실시 되어야 한다.

3) 본 연구를 비롯한 기존의 연구에서는 내구재와 비내구재에 대한 소비자문제연구는 이루어졌지만 다양한 서서비스의 소비자문제에 대해서는 많이 다루어지지 않았기 때문에 앞으로는 이 부분에 대한 심층적, 분석적인 연구가 필요하며, 서서비스 부문에 관한 소비자피해 구제 기능을 강화시키기 위한 소비자 보호단체의 적극적인 피해구제 활동이 요망된다.

4) 제품별 소비자문제경험을 정확하게 파악할 수 있는 신뢰성 있는 측정도구의 개발이 시급히 요구된다.

【참 고 문 헌】

- 1) 강현주(1993), 청소년의 소비자기능과 소비자문제경험에 관한 연구, 성신여대 석사학위논문.
- 2) 개선자(1987), 도시주부가 인지한 소비자문제와 해결방법에 관한 연구, 한국가정관리학회지 제5권 1호.
- 3) 김정자·이기준(1986), 소득계층별 비교를 통한 저소득층 소비자문제에 관한 연구, 한국가정관리학회지 제4권 2호.
- 4) 김부성(1991), 소비자의 불평행동에 관한 실증적 연구, 청주대 석사학위논문.
- 5) 김선주(1993), 노인의 소비자문제와 불평행동에 관한 연구, 이대 석사학위논문.
- 6) 김성숙(1989), 도시 저소득층의 소비자문제 지각과 관련요인 연구, 서울대 석사학위논문.
- 7) 김영신(1991), 소비자문제의 유형별 경험에 관한 연구, 서울대 박사학위논문.
- 8) 김은미(1983), 소비자 구매후 불만족과 불평행동에 대한 연구, 숙대 석사학위논문.
- 9) 문성애(1991), 청소년 소비자문제의 경험 및 관련변수, 충남대 석사학위논문.
- 11) 성지미·문숙재(1988), 저소득층의 소비자기능과 소비자문제인지에 관한 연구, 한국가정관리학회지 제6권 1호.
- 12) 송삼미(1990), 도시주부의 소비자기능과 소비자문제인지에 관한 연구, 동아대 석사학위논문.
- 13) 이상협(1986), 소비자불평행동에 관한 연구 - 서울시 대학생 구두 구매자를 중심으로 -, 통국대 석사학위논문.
- 14) 이종천(1993), 소비자지식 및 태도가 소비자문제의 지각에 미치는 영향, 경북대 석사학위논문.
- 15) 정지영(1992), 노인 소비자문제의 경험과 불평행동에 관한 연구, 한국노년학 제12권 1호. pp. 19-38.
- 16) 한국소비자보호원(1994), '93년도 피해구제 업무 분석.
- 17) 한은희(1987), 도시주부의 소비자지식, 소비자기능 및 소비자문제에 관한 연구, 한양대 석사학

- 위논문.
- 18) 홍은표(1992), 현대소비자론, 서울 : 석정.
 - 19) Andreasen, A.R.(1976), "The Differing Nature of Consumerism in the Ghetto", Journal of Consumer Affairs, Vol.10, No.2.
 - 20) Andreasen, A.R.(1977), "Consumer Dissatisfaction Measure of Marketing Performances", Journal of Consumer Policy, 1.
 - 21) Bearden, W.O & J.E. Teel(1983), "Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports", Journal of Marketing Research, Vol.xx, 22.
 - 22) Barnes, J.G. & K.R. Kelloway(1980), "Consumerists : Complaining Behavior and Attitudes Toward Social and Consumer Issues", Advance in Consumer Research 7, 329-334.
 - 23) Caplovitz, D.(1967), "The Poor Pay More", New York : The Free Press.
 - 24) Day, R.I. & E.L. Landon(1977), "Collecting Comprehensive Consumer Complaint", Advances in Consumer Research, Vol.3, p.264.
 - 25) Day, R.I., Cra Bicke K., Schaetzle F.(1981), "The Hidden Agenda of Consumer Complaining", Journal of Retailing, Vol.57 pp.107-123.
 - 26) Diamond, S.L., Words, S. & R. Faber(1976), "Consumer Problem and Consumerism : Analysis of Calls to a Consumer Hot Line", Journal of Marketing, Jun 58-62.
 - 27) Diener, B.J.(1979), "Consumer Dissatisfaction and Information Needs of Business and Government", New Dimensions of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior ed. Day, R.C. and Hunts, H.K., 87-90.
 - 28) Francken, D.A. & W.F.V. Raaij(1985), "Socio-Economic and Demographic Determinants of Consumer Problem Perception", Journal of Consumer Policy, Vol.8 No.3 September.
 - 29) Gilly, M.C. & B.D. Gelb(1982), "Post-Purchase Consumer Processes and the Complaining Consumer" Journal of Consumer Research, Vol.9 pp. 323-328.
 - 30) Jacoby, J. & J.J. Jaccard(1986), "the Sources, Meaning and Validity of Consumer Complain Behavior : A Psychological Analysis", Journal of Retailing, Vol.57-3, pp.4-24.
 - 31) Landon, E.L.(1977), "A Model of Consumer Complaint Behavior", Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, pp.31-35.
 - 32) Mason, J.B. & Bearden, W.O.(1979), "Satisfaction/Dissatisfaction With Food Shopping Among Elderly Consumers", Journal of Consumer Affairs, 13-2:359-369.
 - 33) 野村水和(1987), 消費者問題と消費者行政, 東京 : 法律文化社.
 - 34) 長澤哲夫(1975), 消費者行政, 東京 : 家庭教育社.