

소비자문제경험에 따른 대응행동¹⁾

— 가전제품을 중심으로 —

The Consumer Complaining Behavior according to Consumer Problems

— in case of household electric goods —

건국대학교 가정관리학과

부 교수 이 승 신

건국대학교 대학원 가정학과

박사과정 류 미 현

Dept. of Home Management, Kon Kuk Univ.

Associate Prof. : Seung Sin Lee

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

Doctoral Course : Mi Hyun, Ryu

〈 목 차 〉

I. 서 론	V. 결과 및 해석
II. 이론적 배경	VI. 결론 및 제언
III. 연구문제 및 연구모형	참고문헌
IV. 연구방법 및 절차	

〈 Abstract 〉

The purpose of this study was to investigate consumer problems which were severe for consumers and their complaining behavior.

This research had a purpose to enhance the ability of consumer protection by the well-developed consumer education.

The subjects were 342 homewives in Seoul, Feb. 1995.

The major results were as follows :

Younger, higher-educated, small sized family and white-collor and professional occupation homewives experienced more consumer problems. Also these homewives with higher level of consumer attitude, information search and more consumer

1) '94년도 건국대학교 특별과제 연구비 지원에 의한 것임.

problems had more complaining behavior. For the causal relation of consumer problems experience, several independent variables and consumer complaining behavior, the path analysis was used. Only the consumer problem experience which was a intervening variable had direct affect to the consumer complaining behavior. Education level, number of family, consumer knowledge had inderect affect through the intervening variable to the consumer complaining behavior.

1. 서론

1. 문제제기 및 연구목적

1960년대에 시작된 우리나라의 경제개발은 1970년대 접어들어 높은 경제성장을 이루는 결과를 가져와 국민의 생활을 크게 변화시키게 되었다. 소득의 증대, 소비수준의 향상, 인구의 도시집중화 등은 생활양식의 변모를 가져오기는 하였으나 물가의 상승, 결합상품의 문제, 주택난, 공해등 생활에 위협과 불안감을 주었으며 또한 여러가지 소비자문제가 분기화 되었다. 특히 현대 산업 사회는 발달된 기술과 복잡다양화된 소비를 특징으로 하고 있으므로 소비자는 재화나 서비스를 자주성이나 개성이 길여된 상태에서 선택, 결정하여 개인의 소비행동에도 문제가 나타난다. 그러므로 복잡화, 다양화, 고도화되는 상품이나 서비스에 대한 품질, 가격, 거래조건등을 제대로 알지 못하고 거래하는 경우가 많으며, 무당한 거래조건이나 불공정한 거래 방법에 대하여 생산상의 여러 문제를 경험하거나 상품의 결함에 의하여 생명이나 신체의 안전문제가 발생하는 여러 소비자

문제를 경험하는 경우가 점점 증가하고 있다.

한국소비자보호원(1994)의 통계를 보면 오늘날과 같은 대량생산, 대량판매 체제하에서 소비자들이 상품이나 서비스를 구입하여 사용하거나 이용하는 과정에서 소비자문제의 증가에 비해 소비자대응행동수준은 매우 낮은 것으로 나타났다. 이는 소비자문제를 경험하였다 하더라도 그 문제의 원인규명이 곤란하거나 소송절차가 까다롭고 복잡하여 적극적인 소비자대응행동수준이 낮은 것이라 생각된다. 특히 본 연구에서는 가전제품을 대상으로 하였는데, 그동안의 추세를 보면 소비자문제경험은 많이 감소되었지만 고가이며, 한번 구입하면 장기간 사용해야 함을 생각한다면 아직도 가전제품의 소비자문제경험수준은 높다고 보아야 한다. 또한 소비자문제경험수준에 비해 대응행동정도는 미약하므로 본 연구에서는 가전제품사용에 있어서 우리나라에서 경험하는 소비자문제와 소비자문제경험에 따른 대응행동 방법을 연구, 개발하여 더욱 세분화되고 깊이 있는 소비자교육을 실시하며 항상 소비자 스스로도 자신들을 보호할 수 있는 능력함양에 그 목적이 있다.

2) 1960년대 이후 우리나라의 심각했던 소비자문제

- 1956 : 물갈리트 사건 (제과공업에서 표백제로 사용)
- 1969 : 인공감미료 Cyclamate사건 (발암성이 논의되어 사용금지)
- 1970 : 소다사건 (비소등 소다먹고 인체참사)
- 1971 : 칫가루 두부사건 (공업용 석회사용)
- 1978 : 빈데기 식중독사건 (농약오염 관명, 환자 37명, 사망 9명)
- 1979 : 수입 고추가루 폐기 (타르색소 검출되어 1천통 폐기)
- 1986 : MSG안전성 논의 (소비자단체 조사보고)
- 1986. 88 : 콩나물 농약사건 (중자살균제의 불법사건)
- 1989 : 수입식품 및 사료오염 (방사능 및 Aflatoxin 검출/감정 기준설정)라면 등 식품사건 (미식용우지 사용)
- 1989 : 백화집 사기제일사건

II. 이론적배경

1. 소비자문제경험

소비자문제는 잠재적인 소비자가 상품과 서어비스를 거래함에 있어서 그들의 권리가 사업자에 의하여 침해되기 때문에 생기는 문제로 이 경우의 거래라고 하는 것은 사용과정을 포함한다. 소비자들은 소비자문제로 인하여 경제적, 신체적, 시간적, 심리적 불이익을 경험하고 있다. 다시말해 소비자문제는 3D-Deception(허위), Danger(위험), Doubt(의혹)로 소비자안전, 건강과 생활의 가치를 침해하고 있다(1994, 한국소비자보호원).

한편 소비자피해는 실제로 발현된 손해만을 의미하기 때문에 소비자문제와 같은 개념으로 보게 되면, 발현가능성이 있는 잠재적피해, 예를 들면 식품첨가물의 안전성문제, 자동차 디자인의 결함, 의료에서의 불필요한 수술등은 소비자문제에서 제외되게 된다. 그러나 소비자문제에는 잠재적 소비자피해가 나타나지 않았더라도 발생할 가능성을 지닌 문제도 포함되어야 할 것이므로, 소비자문제는 잠재적 소비자피해를 포함하는 개념으로 보아야 한다.

소비자보호단체 및 한국소비자보호원에 고발된 내용을 중심으로 살펴보면 소비자단체에 고발된 총 소비자고발건수는 1983년에 33,509건에서 1993년의 173,822건으로 거의 5배 이상 증가했는데(한국소비자보호원, 1994), 이는 우리나라의 소비자문제가 매우 심각해지고 있음을 보여주는 것이다.

고발된 내용을 보면 근 몇년간 품질불량으로 인한 피해는 줄어들었으나 계약위반은 계속 증가하는 추세이다. 하지만 '94년 피해내용을 보면 아직도 품질불량으로 인한 고발이 가장 높고, 그 다음은 계약위반, 정보제공, 상담순으로 나타나고 있다.

한국소비자보호원에 1993년 한해 동안 접수된 소비자 불만 및 피해는 총 112,017건으로 그 내용을 보면 품질 4,244(43.4%), 거래조건 3,128(32.0%), 서어비스 1,800건(18.4%)등의 순으로 나타났다. 하지만 이외에도 소비자들은 무수히 많고 심각한 소비자문제를 경험하고 있으나 공공기관이나 소비자단체에

호소하는율은 매우 낮음을 볼 수 있다.

2. 관련변수고찰

소비자문제경험과 대응행동을 연구하는 선행연구들에서 변수들을 보면 사회경제적변수(Francken 과 Raaij, 1985; 김성숙, 1989; 김영신, 1992; 류미현·이승신, 1994; Miller 와 Petrich, 1986; 박진영, 1988; 정미선, 1992; 정찬욱, 1993), 소비자능력변수(김성숙, 1989; 김영신, 1991; 장명화, 1993; Barnes 와 Kelloway, 1980), 정보탐색변수(전혜선, 1990; 문성애, 1991, Herland, Herrman과 Willits, 1975)등이었다. 그 중 유의하게 영향을 준 변수들에 관한 선행연구 결과들을 간략히 보면 다음과 같다.

1) 사회경제적변수

(1) 연령

연령과 소비자경험정도와와의 관계를 보면 노인을 대상으로 한 연구에서 김선주(1993)는 연령이 적을수록 소비자문제를 많이 경험한다고 하였으며 정지영(1992)은 이와 반대 결과인 연령이 높아질수록 소비자문제를 많이 경험한다고 하였다. 또한 류미현·이승신(1995)은 주부의 연령이 높을수록 판매원의 태도문제를 많이 경험한다고 하였다.

연령과 대응행동과의 관계에서는 Mason과 Bearden(1979), Barnes와 Kelloway(1980), Miller와 Petrich(1986), 김경희(1987)는 젊은 소비자일수록 불평을 많이 한다고 하였으며, 박진영(1990)은 이와는 상반된 연구결과를 보였다. 류미현·이승신(1995)은 주부의 연령이 높을수록 공격행동을 많이 하는 것으로 나타난다고 하였다.

(2) 학력

김영신(1990)과 류미현·이승신(1995)의 연구에서는 교육수준이 높은 집단이 소비자문제경험도가 높았으며 Herland, Herrman, Willits(1975)는 학력이 높은 소비자는 소비자문제에 대해 자주 불평하며 거시적 안목으로 소비자문제를 본다고 하였다. 김은미(1983)와 정미선(1992)의 연구에서는 주부 학력이 높을수록 사적행동이 높게 나타났다.

(3) 소득

기존의 연구에서 소득은 소비자문제를 설명하는 중요한 변수로 나타났다.

Swagler(1979), Caplovitz(1967), Andreasen(1975), 이경옥(1990) 등은 저소득층의 소비자문제가 중간소득층이나 고소득층의 소비자문제보다 더 심각하다는 점을 강조했다. 또한, 우리나라의 경우 1980년대 중반이후부터 김경자·이기춘(1986), 윤정혜(1986), 성지미·문숙재(1988) 등은 저소득층 소비자문제를 규명하여 소비자교육방향을 제시하는 연구를 했다.

반면, Gronhang(1981)은 저소득층은 소비자 열망이 고소득층과 다르고 참여하는 시장의 수, 제품이나 서비스의 선택가능성도 제한되어 있어 기대수준도 낮기때문에 소비자문제를 덜 경험한다고 주장하였다.

소득과 소비자대응행동과의 관계를 보면 류미현·이승신(1995)의 연구에서 소득이 높을수록 소비자대응정도수준이 높게 나타났으며 그 하위영역인 사적행동과 공정행동도 소득과 정(+)의 관계를 나타냈다.

(4) 가족수

가족원과 자녀수가 많은 가정주부는 시간적·신체적으로 제약을 받으며 (Andreasen, 1975) 구매량도 많기때문에 소비자문제 경험 및 대응행동에 영향을 주게 될 것이라 생각된다.

노인을 대상으로 한 정지영(1992)의 연구에서는 가족수에 따라 소비자문제의 경험수준에 차이가 있었으며, 가족원수가 많은 집단이 불평등행동을 적게 하는 것으로 나타났다.

(5) 주부의 직업

Shuptrine 과 Wenglonz(1981)는 실업자 및 은퇴집단보다 자영업·육체 및 정신노동자, 학생, 주부가 소비자문제를 더 많이 경험한다고 하였다.

또한, 김영신(1991)은 직업상의 지위를 고려하여 차이를 본 결과 소비자문제와 할인판매문제, 정보문제, 광고문제의 경험도가 유의미한 차이를 나타내고 있었으며 전문직주부, 비취업주부, 비전문직주부의 순으로 나타났다. Liefeld(1977)는 전문직업을 가진 소비자일수록 불만해소행동을 더 표현한다고 하였다

(정찬옥, 1993에서 재인용).

2) 소비자능력변수

소비자지식과 소비자문제의 경험과의 관계를 본 결과 한정화(1987)는 소비자지식이 높을수록 더 많은 소비자문제를 인지하고 있음을 나타냈으며, 박근주(1990)는 소비자지식이 높을수록 합리적인 소비자행동을 하는 것으로 나타나 소비자지식과 소비자문제경험이 관련되어 있음을 보였다.

김영신(1991)과 이종천(1993)의 연구 결과 소비에 대한 태도가 우호적이고 적극적인 소비자일수록 소비자문제를 보다 많이 경험하였다.

류미현·이승신(1994)은 소비자기능이 낮을수록 소비자문제를 많이 경험하는 것으로 나타나 소비자기능수준의 향상이 소비자문제경험을 낮추는 해결방안의 하나임을 나타내주었다.

소비자대응행동에는 기존의 선행연구에서 소비자능력 중 소비자태도와의 관계만을 보았는데, 그 중, 이상협(1986)은 소비자불평행동 유무를 판별할 수 있는 변수로는 제품평가와 제조업체에 대한 태도이며, 소비자들은 제품구매후 구매제품에 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) 정보탐색정도

소비자들은 바람직한 선택에 따른 정보를 필요로 하기 때문에 보다 적극적인 정보의식적 소비자가 되어 합리적인 구매의사결정과 바람직한 소비생활을 할 수 있도록 여러 계몽활동과 소비자교육이 이루어져야 한다(이은희, 1991).

정보와 소비자문제의 관계를 직접적으로 연구한 결과를 보면 문성애(1991)와 장명화(1993)의 연구 결과 정보탐색을 많이 할 수록 소비자문제를 많이 경험한 것으로 나타났다. 이는 정보탐색을 많이 할 수록 소비자문제에 따른 인지도가 높기 때문에 나타난 결과로 해석된다.

또한 정보탐색정도와 대응행동과의 관계에서 Herland, Herrman과 Willits(1975)는 상품에 관한 정보 혹은 불만호소방법에 대한 정보가 많은 소비자일수록 더 많은 불만호소행동을 하였으며 정찬옥(1993)은 정보탐색을 많이 할수록 소비자불만행동을 많이 한다 하였다.

4) 소비자문제경험과 대응행동

소비자문제경험과 소비자대응행동과의 관계연구(정지영, 1992 : 김선주, 1993, 류미현 · 이승신, 1995) 결과 정지영은 노인소비자가 소비자문제를 적게 경험할수록 소비자의 대응행동수준이 높았으나 김선주(1993)의 연구에서는 노인소비자가 소비자문제를 많이 경험할수록 대응행동을 적극적으로 한다는 상반된 연구 결과가 나타났다. 또한 류미현 · 이승신(1995)은 판매원태도문제와 애프터서비스문제를 많이 경험할수록 소비자대응행동을 많이 하는 것으로 나타났다.

Ⅲ. 연구문제 및 연구모형

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

선행연구의 소비자문제경험과 소비자대응행동에 대한 연구에서 사용된 사회경제적변수 중 영향력 있는 변수로 나타난 연령, 학력, 소득, 가족수, 직업만이 사용되었다. 이 사회경제적변수와 소비자능력(소비자지식, 소비자태도, 소비기능), 정보탐색정도를 독립변수로 하였으며 이런 변수들은 소비자문제경험에 영향을 미친다. 또한 독립변수와 소비자문제경험

을 매개변수로하여 이 변수들은 소비자대응행동에 영향을 미치며 이를 토대로 연구문제를 제시하였으며 연구모형은 <그림 1>과 같다.

본 연구에서 구체적으로 살펴볼 연구문제는 다음과 같다.

<연구문제 1> 소비자문제경험은 사회경제적변수, 소비자능력, 정보탐색정도에 따라 차이가 있는가?

<연구문제 2> 소비자대응행동은 사회경제적변수, 소비자능력, 정보탐색정도, 소비자문제경험에 따라 차이가 있는가?

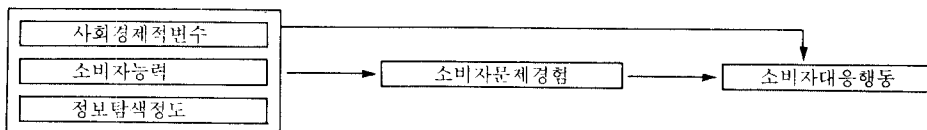
<연구문제 3> 관련변수와 소비자문제경험은 소비자대응행동(사적행동, 공적행동)과 어떠한 인과관계가 있는가?

Ⅳ. 연구방법 및 절차

1. 조사도구 및 척도

본 연구의 조사도구는 총 74문항으로 구성된 질문지로 연구목적에 맞추어 작성하였으며, 그 구성내용은 다음과 같다.

주부의 가전제품에 대한 소비자문제경험을 파악하기 위하여 본 연구에서는 주로 김영신(1991)과 류미현 · 이승신(1994)의 소비자문제유형분류를 기초로 구매전문제, 상품관련문제, 거래문제, 구매후문제로 분류하여 5점 Likert척도로 25문항을 구성하였다. 대응행동은 Day와 Landon(1977)의 분류를 기초로 가족친지, 타인에게 경고, 구매중지, 상점거부등의 사적행동과 기업제조업자에게 보상추구, 민간단체, 정부에 고발, 보상을 위한 법적항의 등의 공적행동을 각각 4문항씩 8문항으로 Likert형 5점 척도로 하였



<그림 1> 소비자문제경험과 대응행동에 관한 연구모형

다. 소비자능력중 소비자태도, 소비자기능은 5점 척도로, 소비자지식은 “맞다”, “틀리다”, “잘모르겠다”로 하여 정답인 경우에만 1점을 주며 10문항으로 구성하였다. 정보탐색변수는 총 6문항으로 5점척도화하였으며 사회경제적특성을 파악하기 위하여 주부의 연령, 학력, 소득, 가족수, 직업등 5문항을 사용하였다.

예비조사는 1995년 1월 27일에 60명을 대상으로 실시하였으며 각 문항별 Cronbach's α 를 산출한 결과 소비자문제경험 .92, 소비자대응행동 .76, 정보탐색정도 .66, 소비자태도 .84, 소비자기능 .78로 비교적 높게 나타났으며, 소비자지식은 재조사법을 1주일 간격으로 실시한 결과 .51로 나타났다. 또한 타당도 검증용 위해 소비자학을 전공한 교수와 대학원생으로 부터 측정도구에 대한 내용타당도를 검증 받았다.

2. 조사대상 및 분석방법

조사대상은 서울시에 거주하는 주부로 하였으며, 조사는 1995년 2월 10일 부터 2월 19일까지 실시하

였다. 주부의 연령, 교육수준, 경제수준을 고려하여 총 400부를 배부하여 총 363부가 회수되었으나 (91%), 부실기재를 제외한 총 342부만이 분석에 이용되었다.

분석에 사용된 모든 자료는 SPSS PC+Program으로 처리하였으며, 연구의 분석을 위하여 빈도분석, 요인분석, 일원분산분석, DMR검증, 회귀분석, 경로분석을 사용하였다.

V. 결과 및 해석

1. 조사대상자의 사회경제적 특성

조사대상자의 사회경제적특성은 <표 1>과 같다.

2. 제변수에 따른 소비자문제

관련변수에 따른 소비자문제경험을 알아본 결과는 <표 2>와 같다.

심각적인 소비자문제경험은 연령($p < .01$), 학력($p < .001$), 가족수($p < .01$),주부직업($p < .05$)에서만 유의한

<표 1> 조사대상자의 사회경제적특성

변수	집단	빈도(%)	변수	집단	빈도(%)
연령	21-29세	53(15.5)	가족수	2명이하	45(13.2)
	30-39세	93(27.2)		3-4명	188(54.9)
	40-49세	113(33.0)		5명 이상	109(31.9)
	50세 이상	83(24.3)		계	342(100)
	계	342(100)			
학력	중졸 이하	55(16.2)	주부직업	없음	174(50.9)
	고졸	128(37.6)		비전문직	71(20.7)
	대졸 이상	158(46.2)		사무·전문직	97(28.4)
	계	341(100)*		계	342(100)
소득	100만원이하	42(12.4)			
	101-150만원	67(19.8)			
	151-200만원	94(27.9)			
	201만원이상	135(39.9)			
	계	338(100)*			

* 결측치는 제외

〈표 2〉 제변수에 따른 소비자문제경험

변수	집 단	소비자문제경험		
		평균	D	F값
연 령	21-29세	76.16	B	4.00**
	30-39세	75.61	B	
	40-49세	70.33	A	
	50세이상	74.81	B	
학 력	중졸이하	69.75	A	8.44***
	고 졸	71.79	A	
	대졸이상	76.81	B	
소 득	100만원이하	71.77		.62
	101-150만원	72.92		
	151-200만원	74.19		
	201만원이상	74.61		
가 족 수	2명 이하	80.29	B	6.53**
	3 - 4 명	73.19	A	
	5명 이상	72.07	A	
주부직업	없 음	73.31	AB	4.03*
	비전문직	70.81	A	
	사무·전문직	76.51	B	
소비자 지식	하(6점이하)	75.25		.77
	중(7-8점)	73.13		
	상(9-10점)	73.69		
소비자 태도	하(40점이하)	72.46		1.43
	중(41-45점)	72.98		
	상(46-50점)	75.18		
소비자 기능	하(35점이하)	72.94		.33
	중(36-40점)	74.12		
	상(41-50점)	74.31		
정보탐색 정도	하(17점이하)	73.62		1.88
	중(18-21점)	73.28		
	상(22-30점)	76.68		

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

차이를 나타내었다. 연령이 21-29세이고, 학력이 대졸이상, 가족수가 2명이하이며 주부의 직업이 사무·전문직인 경우 소비자문제를 많이 경험하는 것으로 나타났다.

특히 가족수가 2명이하인 경우 주부 단독의 구매활동빈도가 높으므로 소비자문제경험을 많이 하는 것이라 생각된다. 따라서 소비자문제 감소를 위해서

는 주부 자신만 구매활동을 담당 하지말고 다른 가족과 적극적인 의사소통을 하며 구매활동도 분산하여야 한다. 또한 교육수준이 높으면 소득이 높아지는 경향이 있으므로 구매빈도가 많아져 소비자문제를 더 많이 경험하는 것으로 추측된다. 따라서 대졸이상의 고학력자를 중심으로 한 그들의 수준을 고려한 소비자문제에 대한 교육이 이루어져야 한다.

3. 제변수에 따른 소비자대응행동

관련변수에 따른 소비자대응행동과 그 하위영역인 사적행동, 공적행동을 알아본 결과는 〈표 3〉과 같다.

소비자대응행동에는 연령(p<.05), 학력(p<.05), 가족수(p<.05), 주부직업(p<.05), 소비자태도(p<.05), 정보탐색정도(p<.001), 소비자문제경험(p<.001)에서 유의한 차이를 나타내었다.

연령이 21-29세이고 대졸이상, 가족수가 2명이하, 주부직업이 사무·전문직이며 소비자태도와 정보탐색정도, 소비자문제경험을 많이 하는 집단이 대응행동을 많이 하는 것으로 나타났다.

또한 50세이상, 중졸이하, 가족수가 5명이상, 비전문직인 주부들인 경우는 신체적, 시간적으로 열악한 상황이므로 이들의 적극적인 대응행동을 할 수 있도록 매달 열리는 반사회등을 통한 소비자문제에 대한 사례발표 및 적극적인 대응행동을 할 수 있는 방법 및 절차에 대해 쉽고 간단한 소비자교육 실시가 바람직하리라 생각된다. 또한 소비자태도를 높이고 정보탐색을 많이 할 수 있는 정보제공의 기회도 확대도 필요하다.

소비자대응행동의 하위영역인 사적행동, 공적행동 모두에 유의한 차이가 나타난 변수는 학력과 소비자문제경험으로 나타났다. 그외에 연령, 가족수, 주부직업, 소비자태도, 정보탐색정도는 사적행동에만 차이가 있었다.

4. 소비자문제경험 및 관련변수와 대응행동과의 인과관계

소비자대응행동(사적행동, 공적행동)은 관련변수

〈표 3〉 제변수에 따른 소비자대응행동

변 수	집 단	소비자대응행동			사적행동			공적행동		
		평균	D	F값	평균	D	F값	평균	D	F값
연 령	21-29세	19.13	C		12.83	B		6.30		
	30-39세	18.64	A	3.31*	11.99	AB	4.98**	6.60		1.25
	40-49세	17.57	A		11.17	A		6.36		
	50세이상	17.20	B		11.22	A		5.99		
학 령	중졸이하	16.65	A		11.07	A		5.58	A	
	고 졸	17.74	A	5.55**	11.20	A	6.25**	6.50	B	3.76*
	대졸이상	18.75	B		12.27	B		6.48	B	
소 득	100만원이하	18.12			11.40			6.71		
	101-150만원	18.27		.14	12.00		.81	6.27		2.00
	151-200만원	18.07			11.37			6.68		
	201만원이상	17.86			11.81			6.02		
가족수	2명 이하	19.53	B		13.24	B		6.29		
	3 - 4 명	17.96	A	3.74*	11.50	A	7.96***	6.43		.40
	5명 이상	17.48	A		11.29	A		6.19		
주부직업	없 음	18.03	AB		11.75	B		6.29		
	비전문직	16.91	A	3.73*	10.71	A	5.32**	6.14		.80
	사무·전문직	18.75	B		12.19	C		6.57		
소비자 지 식	하(6점이하)	17.89			11.64			6.22		
	중(7-8점)	17.99		.49	11.50		1.02	6.50		.43
	상(9-10점)	18.46			12.06			6.36		
소비자 태 도	하(40점이하)	17.03	A		10.93	A		6.10		
	중(41-45점)	18.59	B	3.77*	11.98	B	4.29*	6.56		.99
	상(46-50점)	18.34	B		11.99	B		6.36		
소비자 기 능	하(35점이하)	17.62			11.57			6.06		
	중(36-40점)	18.22		.81	11.73		.14	6.48		1.32
	상(41-50점)	18.32			11.77			6.49		
정보탐색 정도	하(17점이하)	17.26	A		11.08	A		6.16		
	중(18-21점)	17.64	A	9.59***	11.43	A	14.37***	6.21		1.03
	상(22-30점)	19.79	B		13.19	B		6.60		
소비자문제 경험	하(70점이하)	15.67	A		10.12	A		5.55	A	
	중(71-80점)	19.29	B	40.49***	12.32	B	39.70***	6.97	B	14.21***
	상(81점이상)	20.00	B		13.18	C		6.82	B	

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

〈표 4〉 소비자대응행동에 관한 회귀분석

(소비자문제경험이 매개변수인 경우)

변 수	소비자문제경험	소비자대응행동	사적행동	공적행동
	B(β)	B(β)	B(β)	B(β)
연 령		-.018(-.048)	-.033(-.127)*	.015(.075)
학 력	.078(.069)	.024(.018)	-.035(-.038)	.061(.084)
소 득	1.182(.296)***	-.002(-.074)	-.001(-.003)	-.003(-.148)*
가 족 수	.001(.009)	-.061(-.018)	-.130(-.054)	.072(.039)
비전문직	-1.447(-.142)*	-.964(-.092)	-.653(-.091)	-.323(-.058)
전 문 직	-.504(-.017)	-.362(-.039)	-.383(-.060)	.028(.005)
소비자지식	-.155(-.005)	.093(.039)	.057(.035)	.034(.027)
소비자태도	-1.252(-.180)**	.046(.052)	.055(.090)	-.007(-.017)
소비자기능	.050(.019)	.057(.075)	.008(.016)	.047(.117)
정보탐색정도	-.145(-.066)	.101(.089)	.104(.134)**	-.002(-.004)
소비자문제 경험	.288(.087)	.155(.452)***	.104(.443)***	.051(.281)***
상 수	68.163	1.567	1.583	-.036
R ²	.119	.282	.302	.115
adjusted R	.086	.252	.273	.079

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

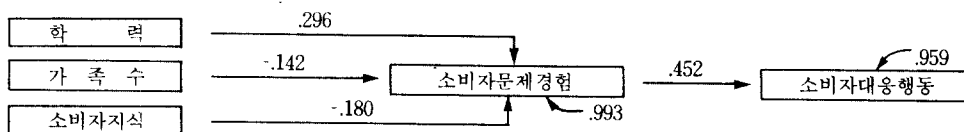
및 매개변수와 어떠한 인과관계를 갖는지 파악하기 위하여 사회경제적변수, 소비자능력, 정보탐색정도를 독립변수로, 소비자문제경험을 매개변수로, 대응행동(사적행동, 공적행동)을 종속변수로 구성하여 경로분석을 실시하였다. 그 중 주부의 직업(전업주부 기준)은 dummy 변수로 전환하였으며 그 결과는 〈표 4〉와 같으며 이들의 인과모형은 〈그림 2〉 〈그림 3〉과 같다.

소비자대응행동에 직접적인 영향을 미치는 변수로는 매개변수인 소비자문제경험(p=.452)만으로 나타났다. 소비자문제를 많이 경험할수록 대응행동을 많이 하는 것으로 나타났다.

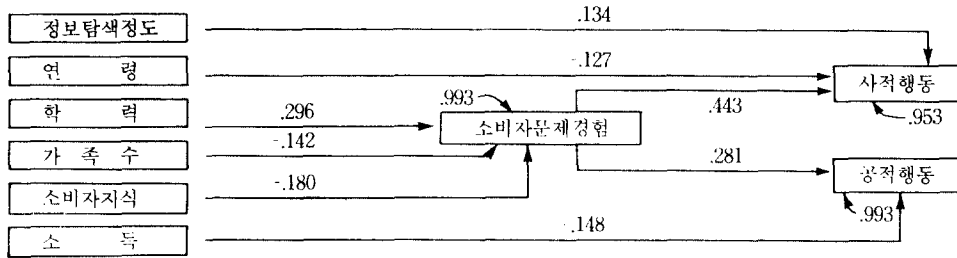
독립변수는 소비자대응행동에 소비자문제경험을 매개로 하여 주부소비자의 대응행동에 간접적인 영향도 미치고 있음이 밝혀졌다. 이를 구체적으로 파악하기 위하여 관련변수와의 인과관계를 직접효과와 간접효과로 나누어 살펴보았다.〈표 5〉

학력은 소비자대응행동에 소비자문제경험을 매개로 간접적으로만 영향을 미쳐 학력이 높을수록 소비자문제를 많이 경험하였으며 이로 인해 소비자대응행동이 높게 나타났다.

가족수도 소비자대응행동에 간접적으로만 영향을 미쳤으며, 가족수가 적을수록 소비자문제경험을 많이 하는 것으로 나타났으며 이로 인해 소비자대응행



〈그림 2〉 소비자대응행동 모델에 있어서 경로계수추정



〈그림 3〉 소비자대응행동의 하위영역(사적행동, 공적행동)에 관한 경로계수 추정

〈표 5〉 소비자대응행동에 미치는 관계 및 효과

종속변수	독립변수	총체적 관계	인과적효과			비인과효과	
			총인과효과	직접효과	간접효과		
대 응 행 동	사 적 행 동	학 력	.198	.134		.134	.064
		가 족 수	.146	-.064		.064	-.082
		소비자지식	.050	-.081		-.081	.131
		소비자문제경험	.473	.452	.452		.021
	공 적 행 동	연 령	-.196	.127	-.127		-.069
		학 력	.210	.131		.131	.079
		가 족 수	-.171	-.063		-.063	-.108
		소비자지식	.074	-.080		-.080	.154
	대 응 행 동	정보탐색정도	.250	.134	.134		.116
		소비자문제경험	.470	.443	.443		.027
		학 력	.101	.083		.083	.018
		가 족 수	-.054	-.040		-.040	-.014
		소비자지식	-.002	.051		-.051	.049
		소 독	-.108	-.148	-.148		.040
	소비자문제경험	.282	.281	.281		.001	

동이 높게 나타나 정지영(1992)의 연구결과와는 상반됨을 나타내고 있다. 이는 가족수가 적은 가정의 주부는 가족수가 많은 주부보다는 구매활동에 있어 주부 단독의 구매빈도가 높아지므로 소비자문제를 더 많이 경험하며, 시간적·신체적으로 여유가 있기 때문에 보다 적극적인 대응행동을 하는 것이라 추측된다. 소비자지식도 소비자대응행동에 영향을 주었는데 소비자지식이 많을수록 소비자문제경험을 적게 하였으며 이로 인해 소비자대응행동을 상쇄시켜 주고 있다. 즉, 지식이 많은 사람들은 합리적인 소비자

행동으로 소비자문제를 적게 경험하기 때문에 그로 인하여 대응행동을 적게 하는 것이다.

결국 학력이 높을수록 가족수, 소비자지식이 적을수록 소비자문제경험을 많이 하므로 이로 인해 소비자대응행동도 많이 하는 것으로 나타났다. 따라서 소비자문제경험은 대응행동을 설명하는데 중요한 변수임이 나타났다.

소비자대응행동의 그 하위영역인 사적행동과 공적행동을 종속변수로 하는 인과관계를 보면 다음과 같다.

사적행동에 직접적인 영향을 미치는 변수로는 소비자문제경험($p=.443$), 정보탐색정도($p=.134$)와 연령($p=-.127$)순으로 나타났다. 소비자문제경험이 많을수록, 정보탐색을 많이 할수록, 연령이 낮을수록 사적행동을 많이 하는 것으로 나타났다. 주부의 연령이 낮은 경우는 자녀가 아직 어린 경우가 대부분이므로 시간적 여유가 많지 않기 때문에 복잡한 절차나 많은 시간을 필요로 하지 않는 사적행동을 취하고 있는 경우가 많다고 생각된다.

공적행동에 직접적인 영향을 미치는 변수로는 소비자문제경험($p=.281$), 소득($P=-.148$)순이며 소비자문제경험이 많을수록, 소득이 적을수록 공적행동은 많이 하는 것으로 나타났다. 특히 소비자문제경험이 많을수록 공적행동을 많이 하는 것은 소비자들이 부당한 불이익을 감소시킬 수 있으며 이는 요즈음 더욱 강화되고 있는 소비자보호측면의 소비자교육의 결과라 볼 수 있다. 또한 소득이 적은 소비자는 가전제품 같은 고가의 제품을 마련하기는 경제적 여건상 어렵기 때문에 소비자문제를 경험하면 적극적인 공적행동을 하는 것이며, 요즈음 대상별 소비자교육의 중요성을 뒷받침하는 많은 연구들이 나오므로 저소득층을 대상으로 하는 소비자교육프로그램개발로 인한 결과인 것이다. 하지만 고소득 가정의 주부일수록 구매빈도가 높음에도 불구하고 공적대응행동을 적게 하는 것은 기업측의 가전제품의 소비자문제에 대한 대책 마련을 소홀히 하거나 지연시키는 결과를 초래할 것이며 심지어는 문제점 인식도 하지 못하는 경우가 생길 것이다. 따라서 고소득 소비자이외에 가전제품에 대한 구매빈도가 낮은 저소득층 소비자들도 불이익을 받을 수 있으므로 이를 위한 소비자교육이 필요하다.

독립변수중 사적행동과 공적행동에 직접적인 영향 외에 소비자문제경험을 매개로 간접적인 영향을 미치고 있으므로 직접효과와 간접효과로 구분하여 살펴보았다.

독립변수중 학력, 가족수, 소비자지식은 사적행동과 공적행동에 소비자문제경험을 매개로 하여 간접적으로만 효과를 미치고 있다. 학력이 높을수록 소비자문제경험을 많이 하였으며 이로 인해 공적·사

적행동도 많이 하는 것으로 나타났다. 가족수가 많고 소비자지식이 많을수록 소비자문제경험을 적게 하여 사적·공적행동을 적게 하는 것으로 나타났다.

VI. 결론 및 제언

본 연구에서 나타난 결과를 요약하면 다음과 같다.

1) 제 변수에 따른 소비자문제경험을 파악한 결과 연령이 21-29세이고, 학력이 대졸이상, 가족수가 2명 이하이며 주부의 직업이 사무·전문직인 경우 소비자문제를 많이 경험하는 것으로 나타났다.

2) 소비자대응행동은 연령이 21-29세이고 대졸이상, 가족수가 2명 이하, 주부직업이 사무·전문직이며 소비자태도가 바람직하고 정보탐색정도가 높으며 소비자문제경험을 많이 하는 집단이 대응행동을 많이 하는 것으로 나타났다.

3) 소비자문제경험 및 관련변수의 대응행동과의 인과관계를 본 결과 소비자대응행동에 직접적인 영향을 미친 변수는 매개변수인 소비자문제경험만으로 나타났으며 소비자문제를 많이 경험할수록 대응행동을 많이 하였다. 학력, 가족수, 소비자지식은 소비자문제경험을 매개로 소비자대응행동에 간접적으로만 영향을 주었다.

이상의 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

1) 본 연구를 비롯한 기존의 연구들은 내구재, 비내구재의 소비자문제경험에 대한 비교 연구가 거의 이루어지지 않았으므로 비교 연구를 통한 심층적·분석적인 연구가 필요하다.

2) 소비자지식 습득은 소비자문제경험을 감소시키는 중요한 해결방안 중에 하나이므로 소비자들이 구매행동 전반에 걸친 포괄적이고 전문적인 지식을 획득할 수 있는 소비자교육의 기회를 확대해야 한다.

3) 소비자문제를 경험하였을 경우 적극적인 대응 행동은 직접적인 소비자보호를 위해 중요하므로 소비자피해에 대하여 수리·교환·환불·배상·이행 등의 조취를 쉽고 적절하게 이용할 수 있는 소비자 교육이 실시되어야 한다.

【참 고 문 헌】

- 1) 김경자·이기춘(1988), 소득계층별 비교를 통한 저소득층 소비자문제에 관한 연구, 한국가정관리학회지 제4권 2호.
- 2) 김선주(1993), 노인의 소비자문제와 불평행동에 관한 연구, 이대 석사논문.
- 3) 김영신(1990), 소비자문제에 관한 이론 및 실증적 연구, 소비자학연구 제1권 1호.
- 4) 김영신(1991), 소비자문제의 유형별 경험에 관한 연구, 서울대 박사논문.
- 5) 김은미(1983), 소비자 구매후 불만족과 불평행동에 대한 연구, 숙대 석사논문.
- 6) 류미현·이승신(1994), 소비자문제경험에 관한 연구-가전제품을 중심으로-, 소비자학연구 제5권 2호.
- 7) 류미현·이승신(1995), 소비자문제경험과 그 대응행동에 관한 연구, 대한가정학회지 제33권 1호.
- 8) 문성애(1991), 청소년 소비자문제의 경험 및 관련변수, 충남대 석사논문.
- 9) 박관주(1990), 소비자의 신용카드 사용행동에 관한 연구, 서울대 석사논문.
- 10) 박진영(1990), 소비자불평행동에 관한 연구-불만족의 귀인을 중심으로-, 이대석사논문.
- 11) 성지미·문숙재(1988), 저소득층의 소비자기능과 소비자문제인지에 관한 연구, 한국가정관리학회지 제6권 1호.
- 12) 장명화(1993), 노인들의 소비자문제 경험에 관한 연구, 충남대 석사논문.
- 13) 전혜선(1990), 소비자불평행동과 관련변인에 관한 연구, 부산대 석사논문.
- 14) 정미선(1992), 주부소비자의 불평행동에 관한 연구, 숙대 석사논문.
- 15) 정지영(1992), 노인 소비자문제의 경험과 불평행동에 관한 연구, 한국노년학 제12권 1호.
- 16) 정찬옥(1993), 소비자불만호소행동과 영향변인에 관한 연구 - 농촌주부를 대상으로 -, 충남대 석사논문.
- 17) 이상협(1986), 소비자불평행동에 관한 연구 - 서울시 대학생 구매자를 중심으로 -, 동국대 석사논문.
- 18) 이은희(1991), 소비자정보요구와 관련 요인 연구, 대한가정학회지 제29권 1호.
- 19) 이종원(1993), 소비자지식 및 태도가 소비자문제 의 지각에 미치는 영향, 경북대석사논문.
- 20) 윤정혜(1986), 도시저소득층 소비자의 경제문제에 관한 연구, 한국가정관리학회지, 제4권 2호.
- 21) 한국소비자보호원(1994), '93년도 피해구제 업무 분석.
- 22) 한국소비자보호원(1994), 소비자문제해결을 위한 경제주체별 역할.
- 23) 한정화(1987), 노인기의 노인문제와 소비자행동에 관한 연구, 숙대석사논문.
- 24) Andreasen, A. R.(1975), *The Disadvantaged Consumer*, N.Y : The free press.
- 25) Beames, J. G. & K. R. Kelloway,(1980), Consumerists : "Complaining Behavior and Attitudes Toward Social and Consumer Issues", Advance in Consumer Research 7, 329-334.
- 26) Caplovitz, D.(1967), *The poor Pay More*, New York : The Free Press of Glencoe.
- 27) Day, R. L. & E. L. Landon,(1977), "Collecting Comprehensive Consumer Complaint", Advances in Consumer Research, Vol.3, p264.
- 28) Gronhang, K.(1981), "Exploring the Problem-Prone Consumer : Hypthesis and Empirical Findings", American Marketing Association 2, 271-275.
- 29) Herland, R. H. & R. O. Herrnan, & J. Willits, (1985), "Dissatisfied Consumers : Who gets upset and Who takes action", The Journal of Consumer Affairs, Vol.9, No.2, pp148-163.
- 30) Mason, J. B. & W. O. Bearden,(1979), "Satisfac-

- tion/Dissatisfaction with Food Shopping Among Elderly Consumers”, *Journal of Consumer Affairs*, 13-2 : 359-369.
- 31) Miller, N. H. & B. Petrich(1986), “Elderly Consumers : problems and Behaviors”, *Journal of Consumer Studies and Home Economics Vol.10*, pp.45-57.
- 32) Shuptrine, F.K. & G. Wendlonz,(1981), “Comprehensive Identification of Consumer Marketplace Problems and What do about them”, *Advances in Consumer Research*, 8 : pp687-692.
- 33) Swagler, M. R.,(1979), *Consumer and the Market*, 2nd ed., Toronto : D.C. Hearth and Company.