

청소년 소비자들의 불평행동 유형과 소비자태도 유형

동환숙·김정훈
원광대학교 가정대학 가정관리학과

The types of complaining behavior and the consumer attitudes of
the high school students, Chunlabuk - do

Dong, Hwan - Suk · Kim, Jung - Hoon
Dept. of Home management, Won - Kwang University

Abstract : This article explores : 1) There were significant differences in the behavioral aggressiveness and the recognition about economical and psychological benefits related to complaining behavior. 2) The significant differences were found in the trust, distrust and behavioral aggressiveness related to types of consumer attitudes. 3) The satisfaction with the purchasing behavior was significantly explained by the distrusted relationship, the recognition of economic and psychological benefits, private complaining behavior types and aggressive types of consumer attitudes.

Key Word : Complaining behavior, Consumer attitudes, Adolescent consumers

I. 서론

1. 문제제기와 연구목적

현대 사회의 산업화 진전에 따른 대량 소비 사회로의 발전은 소비자들에게 풍요함을 가져다 주었다. 그러나 고도 기술 사회가 주는 상품의 고급화, 다양화는 소비자들에게 수 많은 지식과 정보속에서 가장 합리적인 선택을 하는데 어려움을 주고 있어 대다수 소비자들은 상품의 품질이나 가격에 대한 지식과 경험의 부족으로 소비 또는 구매 단계에서 생산자나 판매업자에 비해 상대적으로 불리한 위치에 놓이고 이로 인한 소비자의 피해는 날로 심각해지고 있다. 소비자의 피해단계에서 불만을 최소화하고 만족을 극대화하기 위해서는 소비, 구매 후 평가 단계에서 소비자가 입을 수 있는 재정적, 심리적 위험을 감소시켜야 한다고 소비자 문제 연구자들은 제안하고 있다. 많은 소비자들은 실제로 구매 과정에서 피해를 입었으면서도 제대로 표출

을 못하고 있으며, 거부당할 것이라는 부정적인 인식속에서 소극적인 자세만을 취하고 있다(신종국, 1986). 한편 제품과 서비스 구매 후 불만이 있을 때 일부 소비자는 자신의 권리를 주장하여 적극적인 행동으로 대처를 하는데, 이처럼 서로 다른 불만 표출 행동을 하는 소비자 유형은 항상 연구자들의 관심 대상이 되고 있다. 지금까지 진행되어 온 불평 행동에 관한 연구들로는 인구 통계학적 변수에 따른 불평 행동의 유형(Kraft, 1979; Warland Hermand Willits, 1980; 김경희, 1987; 김은미, 1983; 김현경, 1991; 박진영, 1988), 불평 집단과 비불평 집단간의 특성 파악(Dickinson, 1982), 심리적 변수에 의한 불평 행동의 본질, 개념과 과정(Best, 1983; Richins, 1983; 정순희, 1987)을 파악하는데 초점을 두었다. 그러나 이제까지의 연구들은 소비자 불평을 주로 상품에 대한 불평으로 한정하여 구매 과정에서 나타나는 불평에 대한 논의는 미흡한 실정이며, 구매상황에서 판매자들과의 대면관계에서 소비자들이 그들의

감정을 어떻게 표현하며, 감정적 상호작용을 하는 과정속에서의 불평행동에 대한 연구도 부족한 실정이다. 또한 연구들은 다양한 소비자 상황에서 대면해야 하는 여러 소비자들중 주로 성인 소비자에만 관심을 한정시켜온 경향이있으므로 시장 체계에 현명하게 적응하기 위한 새로운 지식, 태도, 기능등을 계속적으로 습득해야 하는 청소년 소비자들을 대상으로 한 연구도 부족한 형편이다. 따라서 미래 성인 소비자로서, 현재 급속한 구매력의 성장을 보이는 소비자 그룹으로서 청소년들의 소비자 태도와 행동에 대한 관심은 소비자 교육과 소비자 복지 실현의 측면에서 그 의의가 크리라 생각된다. 본 연구는 전라북도 이리와 전주시에 사는 남녀 고등학생들의 불평행동 유형과 소비자태도 유형을 비교, 분석하고 이들이 판매자와의 상호관계와 불평인지수준, 구매행동 만족도에 미치는 영향을 연구하고자 한다.

2. 용어의 조작적 정의

판매자와의 상호관계 : 소비자가 구매 상황에서 판매자에게 보이는 태도를 말한다. 본 연구에서는 신뢰관계, 불신관계, 행동적 공격성의 3영역으로 분류하였다.

불평행동 유형 : 소비자가 불공정한 사례에 직면했을 때, 판매원의 서비스 등이 소비자의 기대를 충족시키지 못했을 때 보이는 심리적 감정 상태로서의 불만 표출행동을 의미하며, 본 연구에서는 다음 네가지 Type으로 분류된다.

- a. 무행동형 : 아무 행동도 하지 않는 소비자 유형.
- b. 사적 행동형 : 비공식적, 개인적 수준에서 취할 수 있는 불평 행동(상점 보이 코트, 타인에게 경고하는것) 등, 주로 수동적인 불평행동을 하는 소비자 유형.
- c. 공적 행동형 : 판매자(점포)에게 교환이나 환불을 요구하거나 매스컴이나 정부 공공기관, 소비자 단체에 불평하는 소비자 유형.
- d. 사적-공적 행동형 : 사적, 공적 행동을 동시에 하는 소비자 유형.

불평에 대한 인지 : 경제적, 심리적인 비용과 이익 인지로서, a. 경제적 비용인지는 불평 해결

을 위한 시간, 금전, 노력등의 객관적인 비용인지를 말하고, b. 심리적 비용인지는 불평할 때의 심리적인 위축감 및 좌절감을 뜻한다. c. 경제적 이익인지는 금전적인 환불이나 교환, 수선등의 보상을 뜻하고, d. 심리적인 이익인지는 판매자들을 초조하게 하고 스스로가 자부심을 갖게 되는 것을 의미한다.

소비자태도 유형 : 소비자가 구매상황에서 보이는 태도의 유형으로 당당형, 공격형, 주저형의 세가지 Type으로 분류하였다. 당당형은 정당한 수단으로 자신의 주권을 실현하는 태도를 말하고, 주저형은 소비자로서의 권리와 욕망을 무시 또는 억제하는 소극적인 태도를 의미하며, 공격형은 다른 사람의 권리를 침해하면서 자신의 권리를 주장함으로써 상당히 위협적인 태도로 불평을 표현하는 태도이다.

II . 이론적 배경

1. 소비자 불평행동

소비자 불평행동의 개념과 유형 : 소비자 불만족의 표출 행위인 불평행동은 구매후 평가의 한 과정이며 소비자 의사결정의 피이드백(feed back)으로서, 소비자의 미래 행동에 영향을 미친다. 이러한 소비자 불평행동은 여러 학자들에 의해 유형화 되었는데, 소비자 불평행동을 불평의도와 실제 행동으로 나누어 조사하여 구전, 사적반응, 제3차적 반응으로 유형화하거나(Singh, 1988), 불만족에 대한 소비자의 반응을 반복구매, 불평행동, 구전으로 나누었거나(Richins, 1979), 무행동, 사적행동, 공적행동들로 구분한 것이 그것이다(Bearden & Teel, 1983).

불평에 대한 인지 : 불만족한 소비자가 불평행동을 실제로 취할 때 그에 따르는 비용과 이익 때문에 행동에 여러 차이가 생긴다. 소비자들은 상품과 상점 전환, 구전과 같은 비교적 비용이 적게 들어가는 사적 행동은 빈번히 사용하나 시간과 노력이 많이 드는 공적 불평 행동을 취하는 소비자는 거의 없다(정순희, 1987). 또한 상품이나 서어비

스의 가격이 증가함에 따라 불만족도 증가하며 이에 따른 불평처리 해소는 문제해결 비용이 낮을 때 가능하다(Dickinson, 1982). Landon(1977)은 불평행동에 영향을 미치는 변수로 불만족, 중요성, 불평에 대한 이익, 개성의 4가지 변수를 함수 관계로 제시하였으며, 소비자 불평행동의 모델에서 불평에 대한 이익으로 노력이상의 가치가 있을 때 불평행동을 한다고 하였다.

배영상(1986)은 우리나라 소비자들은 불만족했던 제품과 서비스에 대하여 남녀 소비자 조사 결과 불평의 이익이 불평의 비용보다 클 때 불평을 많이 한다고 하였으며, 김경희(1987)는 전기 밥솥 보유 주부를 대상으로 고발 행동의 유무와 고발비용에 대한 소비자 인식의 관계를 조사한 결과 의미 있는 차이를 발견하였다.

2. 판매자와의 상호관계와 소비자태도 유형

판매자와의 상호관계 : 상품과 서비스 정보에 대한 욕구충족의 방법으로 판매자를 유용화할 수 있다면 판매자는 소비자에게 소비 생활의 기쁨을 마련할 수 있는 유용한 정보 획득 수단이 되며, 판매원의 친절한 태도와 서비스는 상품 자체의 물리적 가치 이외에 부가가치인 심리적 가치를 창출함으로써 구매 후의 만족도를 높여준다.

김정훈(1994)은 대학생 소비자들은 소비자와 판매자가 서로 책임을 갖고 있다고 강력히 인식하고 있었으나, 일반적으로 현재 판매자들을 불신하고 불만족스러운 태도를 보이고 있다고 하였고, Folkes와 Kotos(1980)는 소비자들은 제품 실패 원인을 판매자들에게 돌리는 경향을 보인다고 하였다(안광호·윤면상, 1990).

소비자태도 유형 : 판매자와 소비자간의 상호관계에서 당당함과 공격형의 두 유형은 항상 많은 관심을 끌어왔는데, 당당한 소비자 행동은 화내지 않고 자신의 생각을 행동으로 옮길 수 있고 자신의 솔직한 표현을 당당하게 나타낼 수 있으며 다른 사람의 권리를 침해하지 않고 자신의 권리를 주장할 수 있는 것을 말한다(Slama & Williams, 1991). 또 연구들은 당당함과 소비자 불평행동간에는 약한

상관이 존재하지만, 공격형 소비자와 불평행동 간에는 아무런 관계가 없으며, Westbrook(1979)는 공격형 소비자와 불평행동간에는 아무런 관계가 없다고 하였다(Richins, 1983). 그러나 Slama와 Williams(1991)는 소비자 상호작용이 그들의 불평행동 유형을 결정짓는다고 하였다. 소비자 불평행동은 기업의 상품과 서비스의 질을 향상시키는 데 중요한 역할을 하므로 그동안의 불평행동은 구매 상황이나 제품등에 초점을 맞추어왔다. 그리고 당당함과 공격형의 소비자 유형은 소비자 불평행동과의 관계여부에서 소비자 정책의 바람직한 방향 설정을 위해 제시되곤 하였다.

구매행동 만족도 : Lundstrom & Lamon(1976)은 소비자 불만족에 영향을 미치는 요인으로 인구통계학적 변수, 사회심리학적 특성(정보탐색노력)등을 들었다(김은미, 1983). 김정훈(1994)의 연구에서는 대학생들의 구매행동 만족은 인생에 대한 통제 능력을 높이 평가하는 사람일수록, 감정적인 공격성이 낮은 사람일수록 자신의 구매행동에 만족하는 경향을 보이며 소비자로서 자신에게 긍정적인 사람일수록 자신의 구매행동에 만족하는 경향이 있었다. 또 소비자 상황에서 의사소통 행태와 자기 평가, 소비자와 판매자의 관계 인식들과 관련된 여러 요인들이 얼마나 만족스러운 구매행동을 하고 있는가와 관련이 있다고 하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 조사 대상과 자료의 수집

본 연구의 조사 대상은 전주와 이리시에 거주하고 있는 남녀고등학교 학생으로서 1994년 10월 총 300부를 배포하여 280부(회수율 : 93.3%)가 회수되었으며, 이중 250부의 응답을 최종 분석에 사용하였다.

2. 조사 도구

1) 도구의 작성

본 연구에 사용된 질문지는 여러 선행 연구를 참고로 하여 작성하였다. 판매자와의 상호관계, 소비자태도 유형에 관련된 문항은 김정훈(1994)의 연구

를 참고로 하였고, 불평에 대한 인지는 Andreasen (1988), 김현경 (1991)의 연구를 참조하였으며, 불평행동 유형은 김성희 (1991), 박진영 (1988), 정미선 (1992)의 연구를 근거로 작성하였다.

2) 도구의 구성과 변수 측정

일반적 사항 : 조사 대상자의 일반적인 특성을 파악하기 위하여 가정의 총수입, 성별등의 문항을 선정하였다.

판매자와의 상호관계 : 판매자와의 상호관계의 관련 문항들은(19문항) 5점 Likert Scale을 이용하였으며, 각 하위 변수들(신뢰관계, 불신관계, 행동적 공격성)은 관련 문항들의 평균으로 측정하였다. 이때 점수가 높을 수록 '판매자와의 상호관계는 적극적이다'라고 보았다.

불평에 대한 인지 : 경제적, 심리적 비용인지와 경제적, 심리적 이익인지로 분류하여 각각 3문항씩 선정하였다. 문항들은 5점 Likert 척도를 이용하여 관련 문항들의 평균으로 측정하였으며 점수가 높을 수록 비용인지와 이익인지 경향이 강한 것으로 보았다.

불평행동 유형 : 무행동, 사적행동, 공적행동과 관련하여 각각 3문항씩으로 구성되었다. 각 문항의 측정은 '그렇다'(1점), '아니다'(0점)의 명목척도를 사용하여 관련 문항들의 빈도의 합(그렇다: 그런 행동을 하는 경우)을 구한 후 4가지의 유형으로 분류하였다; 무행동 유형은 공적, 사적 행동보다 무행동의 빈도 총합이 많은 경우이고, 사적행동 유형은 무행동, 공적행동보다 사적행동의 빈도 총합이 많은 경우이다. 공적 행동 유형은 무행동, 사적행동보다 공적행동의 빈도 총합이 많은 경우이다. 공적-사적행동 유형은 공적, 사적행동의 각 빈도 총합이 같고, 무행동 빈도보다 많은 경우이다. 무행동 빈도가 사적행동이나 공적행동의 빈도와 같은 경우는 사적행동 또는 공적행동 유형으로 분류하였다. 무행동은 표출되는 행동이 아니므로 이런 유형의 사람들은 사적행동, 공적행동 유형으로 관찰될 수 있기 때문이다.

(5) 소비자태도 유형 : 당당성, 공격성, 주저성

과 관련하여 각각 5문항씩 총 15문항으로 구성되었다. 각 문항은 5점 Likert 척도를 이용하여 문항의 평균 점수가 높을 수록 적극적인 태도를 지니는 것으로 보았다. 본 연구의 유형 분류를 위해 분석에서 3영역의 관련 문항들의 평균을 구한 후 각 영역의 평균을 비교하여 당당성, 공격성, 주저성으로 분류하였다.

3. 통계분석

수집된 자료는 SAS Package Program을 이용하여 분석하였으며, 영가설 검증을 위하여는 변수의 특성에 따라 χ^2 -test, 분산분석(ANOVA : DMR검증), t-test를 실시하였다. 그리고 관련 변수의 독립적인 영향력을 파악하여 적절한 변수를 추출하기 위해 단계적 회귀분석을 적용하였다. 모든 영가설들은 $p < .10$ 수준에서 유의 검증하였다.

IV. 결과와 해석

1. 조사대상자의 일반적 특성

본 연구 조사 대상자의 가정의 총수입은 149만 원이었으며, 남학생이 78명 (31.2%), 여학생이 175명 (68.85%)로 나타났다

2. 불평행동 유형과 소비자태도 유형

1) 불평행동 유형 : 불평행동 유형은 남학생과 여학생 모두 무행동이 가장 많았고 그 다음이 사적행동, 공적-사적행동, 공적행동의 순이었다. 공적행동이 가장 적은 이유는 공적 불평행동에는 시간, 노력, 금전등의 비용이 직접적으로 관계되기 때문인 것으로 생각되며, 청소년들이 불평행동을 직접 표출하지 않는 무행동을 가장 많이 취하는 이유는 이들이 값비싼 내구재등을 구매한 경험이 적기 때문에 제품의 가격에 비해 상대적으로 불평으로 인한 이익이 적을 것으로 생각되어 불평에 대한 표출을 크게 생각하지 않는 것으로 해석된다(표 1).

2) 소비자태도 유형 : 소비자태도 유형은 남학생과 여학생 모두 주저형이 가장 많았고(76.

청소년 소비자들의 불평행동 유형과 소비자태도 유형

5%), 그 다음으로 공격형, 당당형의 소비자 태도를 지니는 것으로 나타났다(표 1).

〈표 1〉 불평행동유형, 소비자태도유형

		남학생	여학생	전 체
		N(%)	N(%)	N(%)
불평행동 유형	무행동	38(48.7)	79(45.9)	117(46.8)
	사적행동	31(39.7)	76(44.2)	107(42.8)
	공적행동	3(3.8)	4(2.3)	7(2.8)
	공적-사적행동	6(7.7)	13(7.6)	19(7.6)
Total		78(100.0)	172(100.0)	250(100.0)
소비자 태도유형	당당형	5(6.8)	9(5.6)	14(6.0)
	공격형	8(6.1)	33(20.6)	41(16.4)
	주저형	61(82.4)	118(73.7)	179(76.5)
Total		74(100.0)	160(100.0)	234(100.0)

Note : 불평행동 유형과 소비자 태도 유형에서 남학생과 여학생 사이에 유의한 차이가 없었다.

3. 판매자와의 상호관계와 불평에 대한 인지

1) 판매자와의 상호관계 : (표 2)에서 보는 바와 같이 남녀 학생 모두 신뢰관계인지가 가장 높았고, 여학생은 행동적 공격성이 다음이었으며, 판매자에 대한 불신도가 가장 낮았다. 남학생은 불신관계인지, 행동적 공격성 순이었다. 일반적으로 판매자에 대한 신뢰도가 상대적으로 높이나 나타나서 판매자가 구매 상황에서 상품이나 서비스등에 관한 정확한 정보를 제공하는 것이 소비자들에게 중요하리라 생각된다.

〈표 2〉 판매자와의 상호관계, 불평에 대한 인지

		남학생	여학생	전 체
		M(STD)	M(STD)	M(STD)
판매자와의 상호관계	신뢰관계	3.75(0.65)	3.73(0.68)*	3.73(0.67)
	불신관계	3.21(0.90)	2.81(0.82)	3.29(0.85)
	행동적 공격성	3.08(0.86)	3.33(0.82)	2.89(0.67)
불평에 대 한 인지	경제적 비용인지	2.85(0.83)	2.96(0.85)	2.92(0.84)
	심리적 비용인지	3.38(0.91)	3.53(0.97)	3.48(0.95)
	경제적 비용인지	2.99(0.78)	2.91(0.88)	2.94(0.85)
	심리적 비용인지	3.06(0.70)	2.92(0.74)	2.97(0.73)

Note : 판매자와의 상호관계와 불평에 대한 인지에서 남학생과 여학생 사이에 유의한 차이가 없었다.

2) 불평에 대한 인지 : 고등학생 소비자들은 남학생, 여학생 모두 심리적 비용인지에 대해 가장 많이 인식하고 있었고, 심리적 이익인지, 경제적 이익인지, 경제적 비용인지의 순으로 인식을 하고 있는 것으로 나타났다. 이는 소비자 교육의 강화로 정당한 소비자 불평시 소비자의 심리적인 비용인식도를 낮춰줘서 구매상황에서 소비자들이 주저형보다는 당당한 태도를 지닐 수 있도록 해야 함을 시사한다(표 2).

2. 불평행동 유형에 따른 차이

1) 불평행동유형에 따른 판매자와의 상호관계 : (표 3)에서 보는 바와 같이 청소년의 불평행동 유형은 판매자와의 상호관계의 하위영역인 행동적 공격성에서만 유의차가 있었고, 공적-사적행동을 하는 집단이 무행동을 하는 집단보다 행동적 공격성이 짙은 것으로 분석되었다.

〈표 3〉 불평행동 유형, 소비자태도 유형에 따른 판매자와의 상호관계

독립변인	종속변인		불신관계		행동적 공격성	
	M	DMR	M	DMR	M	DMR
무행동형	3.66		3.31		2.74	B
사적행동형	3.81		3.31		2.99	AB
공적행동형	3.82		3.50		2.93	AB
공적-사적행동형	3.68		3.00		3.26	A
F					F=3.02**	
당당형	3.50	B	3.00	B	3.21	A
공격형	3.58	AB	3.60	A	2.48	B
주저형	3.84	A	3.22	B	2.95	A
F	F=3.99**		F=4.33**		F=6.60**	

Note : *p<.10 ** p<.05 *** p<.001

2) 불평행동 유형에 따른 불평에 대한 인지 : (표 4)에서 보는 바와 같이 청소년의 불평행동 유형에 따라 경제적, 심리적 이익인지에서 그룹간에 유의한 차이가 나타났으며, 공적행동을 하는 집단이 경제적, 심리적 이익을 높게 인지하였고, 무행동 집단에서 경제적, 심리적 이익인지가 낮게 나타났다. 이는 불평시의 심리적 이익이 얼마나 클 것인가에 따라 불평행동이 이루어진다는 김성희(1991)의 연구결과와 일치하고 있다.

〈표 4〉 불평행동 유형, 소비자태도 유형에 따른 불평에 대한 인지

독립변인	종속변인		경제적 비용인지		심리적 비용인지		경제적 이익인지		심리적 이익인지	
	M	DMR	M	DMR	M	DMR	M	DMR	M	DMR
무행동형	2.95		3.60		2.82	B	2.83	B		
사적행동형	2.88		3.43		2.97	B	3.05	AB		
공적행동형	3.43		3.05		3.81	A	3.38	A		
공적-사적행동형	2.91		3.62		3.14	B	3.21	AB		
F	—————		—————		F=3.76**		F=3.45**			
당당형	2.88		3.29		2.70		2.71	B		
공격형	2.88		3.76		2.77		2.66	B		
주저형	2.98		3.43		3.03		3.08	A		
F	—————		—————		—————		F=7.36***			

Note : *p<.10 ** p<.05 *** p<.001

3) 불평행동 유형에 따른 소비자태도 유형
 청소년의 불평행동 유형에 따라 소비자태도 유형은 유의한 차이를 보였다(표 5). 즉 무행동과 사적행동을 하는 집단에서 주저형의 소비자태도 유형 비율이 높았고, 무행동을 하는 집단에서 당당형(3.42%)이나 공격형(10.26%)의 소비자태도 유형의 비율은 낮았다.

〈표 5〉 불평행동 유형에 따른 소비자태도 유형

불평행동	소비자태도				Total
	당당형	공격형	주저형	Total	
	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
무행동	8 3.42	24 10.26	77 32.91	109 46.58	
사적행동	3 1.28	16 6.84	81 34.62	100 42.74	
공적행동	0 0.00	0 0.00	7 2.99	7 2.99	
공적-사적행동	3 1.28	1 0.43	14 5.98	18 7.69	
Total	14 5.98	41 17.52	179 76.50	234 100.00	
r ²	11.026*				

Note : *p<.10 ** p<.05 *** p<.001

3. 소비자태도 유형에 따른 차이

1) 소비자태도 유형에 따른 판매자와의 상호

관계 : 판매자와의 상호관계에서 유의성이 나타난 변수는 신뢰관계, 불신관계, 행동적 공격성이었다(표 3). 주저하는 소비자가 판매자들에 대한 신뢰도가 가장 높았고, 불신관계에서는 공격형의 소비자가 판매자들에 대한 불신을 가장 많이 인지하고 있는 것으로 나타났다. 행동적 공격성에서는 당당한 소비자일수록 자신의 구매 목표를 적극적으로 하려는 성향이 강했다.

2) 소비자태도 유형에 따른 불평에 대한 인지 : (표 4)에서 보는 바와 같이 청소년의 소비자태도 유형에 따라 심리적 이익인지에서 유의한 차이가 나타났는데, 주저형의 소비자태도를 지닌 집단에서 심리적 이익인지를 가장 높이 인식하고 있었고, 공격형 집단에서 심리적 이익인지를 가장 낮게 인식하고 있었다.

4. 구매행동 만족도에 영향을 미치는 요인들

불평행동 유형, 판매자와의 상호관계, 불평에 대한 인지, 소비자태도 유형의 하위 변수들을 모델에 투입한 결과, 불신관계, 경제적 비용인지, 심리적 비용인지, 공격형 또는 그외 변수가 구매행동 만족도에 영향력을 가진 변수로서 종속변수에 대해 14%의 설명력을 가지고 있었고, 가장 큰

영향을 미치는 변수는 불신관계였다. 소비자가 판매자와의 상호관계에서 불신을 덜 할수록 구매행동 만족도가 높았으며, 경제적 비용인지와 심리적 비용인지가 낮을 수록 구매행동 만족도는 높았다 (표 6).

〈표 6〉 구매행동 만족도에 영향을 미치는 요인들

독립변인	B	β
INTERCEP	4.29	0.31
불신관계	-0.11	0.06*
경제적비용인지	-0.11	0.06*
심리적비용인지	-0.11	0.06***
공격형 소비자	-0.56	0.14***
F=7.61 df=248 R ² =0.14***		

Note : *p<.10 ** p<.05 *** p<.001

V. 결론과 제언

본 연구는 전라북도 도시에 사는 남녀 고등학생들의 불평행동 유형과 소비자태도 유형을 분석하고 이들과 불평행동 관련변수들이 구매행동 만족도에 미치는 영향을 파악하는데 그 목적이 있다. 이상의 연구목적을 달성하기 위하여 전주, 이리시에 거주하고 있는 고등학생들을 대상으로 조사하였다. 본 조사를 위해 1994년 10월 300부를 배포하여 280부를 회수하였으며, 이중 250부를 최종 분석에 사용하였다. 자료의 분석은 SAS Program을 사용하여 단순빈도, 백분율, 평균, 표준편차, χ^2 -test, 분산분석(DMR검증), t-test, 단계적 회귀분석등의 통계방법으로 처리하여, p<.10수준에서 검증하였다.

이상의 과정에서 얻어진 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 불평행동 유형은 무행동이 가장 많았으며, 소비자태도 유형은 주저형이 가장 많은 것으로 나타났다. 판매자와의 상호관계는 판매자들을 깊이 신뢰하고 있는 것으로 나타났고, 불평에 대한 인지에서는 심리적 비용인지를 깊이 인식하고 있었다.

2. 불평행동 유형에 따른 판매자와의 상호관계에서는 행동적 공격성에서 무행동과 공격-사적 행동을 하는 집단간에 차이가 있었다. 불평에 대한 인지는 경제적 이익인지와 심리적 이익인지에서 유의한 차이가 나타났다.

3. 소비자태도 유형에 따른 판매자와의 상호관계는 신뢰관계, 불신관계, 행동적 공격성에서 유의성이 발견되었다. 불평에 대한 인지에서는 주저형의 소비자태도를 지닌 집단에서 심리적 이익인지를 높이 인식하고 있었고, 공격형 집단에서 심리적 이익인지를 가장 낮게 인식하고 있었다.

4. 구매행동만족도에 영향을 미치는 변수는 불신관계, 경제적 비용인지, 심리적 비용인지, 공격형 또는 그의 소비자태도 유형등이었다. 이중 가장 큰 영향을 미치는 변수는 불신관계로서 판매자와의 상호관계에서 불신을 덜 할수록 구매행동 만족도는 높아짐을 알 수 있다.

연구결과, 청소년에게 소비자 교육을 실시할 때 소비자 불만이 공격 불평으로 전환될때의 경제적, 심리적인 소비자 이익이 구체적으로 무엇인가를 인식시켜주는 것이 매우 중요하며 불평에 대한 비용인지가 낮을 수록 공격 불평행동을 하는 것으로 보아 소비자가 불평행동을 할 때 편리하고 용이하게 해주어야 공격 불평행동을 함을 알 수 있다. 또한 소비자들이 공격 불평행동을 용이하게 할 수 있도록 상황에 따른 적절한 불평요령, 불평처리 관련법규등에 관한 설명을 해주어야 한다. 즉 청소년들에게 소비자 교육을 강화시켜 정당한 소비자 불평시 소비자의 심리적인 비용인식도를 낮춰줘서 구매상황에서 소비자들이 주저형보다는 당당한 소비자태도를 지닐 수 있도록 해야한다. 본 연구에서 지적한 불평행동 유형과 소비자태도 유형이 소비자 구매행동 만족도에 주는 영향력이 그리 크지 않았으므로, 그의 만족도에 영향을 줄 수 있는 다른 변인들에 대한 고찰이 시도되어야 할 것이다. 또 건전한 소비생활 유도 와 소비자상황에서 당당한 태도를 지닐 수 있도록 공식적인 소비자 단체나 조직의 체계적인 프로그램이 마련되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

1. 김경희 1987 소비자 고발 행동의 관련 요인에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
2. 김성희 1991 의생활양식과 소비자 불평행동과의 상관성 연구, 숙명여자 대학교 대학원 석사학위논문.
3. 김은미 1983 소비자 구매후 불만족과 불평행동에 관한 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
4. 김정훈 1994 소비자 상황에서 나타난 대학생들의 의사 소통 행태와 구매행동 만족도, 한국농촌생활과학회지, 5(2) : 145-157.
5. 김현경 1991 소비자 불평행동의 영향 요인 분석, 숙명여자대학교 대학원 석사 학위논문.
6. 박진영 1988 소비자 불평행동에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
7. 배영상 1986 소비자 불평행동과 기업의 대응방안에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
8. 신종국 1986 제품 구매후 소비자 불만족에 관한 실증적 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문.
9. 안광호·윤면상 1990 소비자 만족/불만족에 대한 귀인 과정에 있어서의 관여 수준의 조정적 역할, 소비자학 연구, 1(2) : 43-58.
10. 윤정혜 1982 농촌 소비자의 구매전 비교 탐색행동에 관한 연구, 대한 가정학회지, 24(4) : 169-175.
11. 조영달 1993 소비자 의사결정의 합리성과 소비자 교육, 소비생활연구, 11 : 15-22.
12. 정미선 1992 주부 소비자의 불평행동에 관한 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
13. 정순희 1987 소비자 불만족 및 통제 소재에 의한 불평행동에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
14. 허은정·이기춘 1992 소비자의 정보 추구와 대안의 평가 속성 및 구매평가, 소비자학 연구, 3(1) : 65-79.
15. Andersen, A.R. 1988 Consumer complaints and redress : What we know and what we don't know, The frontier of research in the consumer interest, In Maynes, E. S. (ED.), 675-715.
16. Bearden, W. O. and Teel, J.T. 1983 Selected determinants of consumer satisfaction and complaints reports. Journal of Marketing Research, 20 : 22.
17. Best, B. 1983 When consumer complain. Journal of Consumer Policy, 16 : 95-98.
18. Dickinson, V.H. 1982 Consumer satisfaction with complaint handling : An Oregon analysis. American Council on Consumer Interests, 28 : 61-67.
19. Kraft, F.B. 1977 Characteristics of consumer complainers and complaint and repatronage behavior. Consumer satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior, Papers from a marketing research symposium : Indiana University, Bloomington : 79-84.
20. Landon, E.L. 1977 A model of consumer complaining behavior, consumer satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior, Papers from a research symposium : Indiana University, Bloomington, 31-35.
21. Richins, M.L. 1979 Consumer complaining process : A comprehensive model new dimensions of consumer satisfaction and complaining behavior, Papers from the third annual conference on consumer satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior : Chicago, Illinois, 10(4) : 73-82.
22. Singh, h. 1988 Consumer complaint intentions and behavior : Definitional and`texonomical issues. Journal of Marketing, 52 : 93-107.
23. Slama, M. E. and Williams, T. G. 1991 Consumer interaction styles and purchase complaint intentions. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining, 4 : 167-174.
24. Warland, R. R. Herman and Willits, J. 1975 Dissatisfied consumer : who grts upset and who takes actions. Journal of Consumer Affairs, 9 : 149-163.