

서비스약관과 관련된 소비자문제의 실증연구

The Empirical Study on Unfair Terms in Services Contract and Consumer Problems

서울대학교 소비자학과
강사 박수경
서울대학교 소비자학과
교수 이기춘

Dept. of Consumer Studies, Seoul National Univ.
Lecture : Soo Kyoung Park
Dept. of Consumer Studies, Seoul National Univ.
Prof. : Kee Choon Rhee

◀ 목 차 ▶

- | | |
|------------------|---------------|
| I. 문제의 제기 | IV. 분석결과 및 논의 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 및 제언 |
| III. 연구문제 및 연구방법 | 참고문헌 |

<Abstract>

Standard contracts are drafted by one side only and therefore naturally favour that party. The other party must either adhere to those terms or abandon the transaction entirely. Accordingly the terms in these contracts tend to be quite harsh, especially so in consumer transactions.

The objectives of this study are to examine the degree of consumer knowledge, practical use, experience of consumer problems on service contract terms and to investigate the factors which influence on the degree of experience of consumer problems related the contract terms.

The data used in this empirical study included 685 consumers experienced transactions with the terms in the last two years in Seoul. Statistics used for data analysis were Reliability, Frequencies, Means, Standard Deviation and Multiple Regression Analysis.

The conclusions can be summarized as follows.

- 1) Actually, consumers experienced many problems related the service-contract terms, despite regulation of unfair contract terms.
- 2) The level of education and purchasing experience variables have affected positively to the level of consumer problem experiences related the contract terms.
- 3) The effect of trend and characteristics of contract terms are variables with the type of contract terms. Therefore the regulation of the contract terms have to be differently enforced according to the type of contract terms.

I. 문제의 제기

현대 자본주의 사회에서는 누구나 생활에 필요한 물자를 조달하기 위하여 시장에 나가서 사업자들이 제공하는 상품이나 서비스를 구입하는 소비자로서의 역할을 수행한다. 시장에서 소비자의 선택은 사업자로 하여금 소비자가 원하는 상품이나 서비스를 소비자가 원하는 조건으로 제공하도록 지도하는 역할을 하게 되며, 이러한 소비자들의 선택에 의해 생산자들이 생산활동을 행할 때 그 사회의 자원이 가장 효율적으로 배분되어 사회의 이익이 극대화된다.

여기에는 자유 경쟁이라는 전제가 필요하다. 즉 시장에서는 자유로운 경쟁이 보장되고 있어서 어떠한 사업자도 가격을 통제하거나 지배할 수 없고, 소비자는 상품이나 서비스에 대하여 충분한 정보와 지식을 가지고 있어서 합리적인 선택을 할 수 있어야 한다. 이러한 자유 경쟁의 원리를 법적으로 표현한 것이 바로 사적 자치의 원칙이며, 이는 소비자와 사업자 간의 지위가 대등하고 서로의 입장이 호환될 수 있을 때 실현 가능한 원칙이다.

그러나 고도의 기술 문명을 도입하여 대량생산 및 대량판매를 하는 현대의 시장에서는 소비자와 사업자 사이의 거리 확대로 인한 정보의 격차, 시장의 독과점화에 따른 비경쟁적 상황의 출현, 다양한 판매 기법의 개발, 쏟아지는 광고 등으로 인하여 사업자와 소비자 간에 거래 주체로서의 지위의 대등성은 상실되었고, 입장의 호환성도 더 이상 기대할 수 없게 되었다. 이처럼 소비자와 사업자의 지위의 격차는 열등한 위치에 있는 소비자의 권리를 침해하여 소비자의 불이익과 피해를 보편화하면서 소비자문제를 유발하고 있는데, 특히 거래 주체 간의 지위의 대등성 상실로 나타나는 대표적인 소비자문제가 약관과 관련된 소비자문제이다.

일반적으로 약관은 계약의 일방당사자(보통 사업자측)가 다수의 상대방(보통 소비자)과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식에 의하여 미리 마련한 계약의 내용이 되는 것을 말한다. 대량생산과 이로 인한 대량거래가 보편화된 현대사회에서 거래를 신속하고 원활하게 하기 위해 반드시 필요하게 된 것

이 이 약관이다. 더우기 산업사회가 고도화되면서 점차 늘어나는 서비스산업에 있어서는 서비스 제공의 신용과 질을 측정할 수 있는 기준으로서도 약관이 이용되고 있어 현대의 소비자라면 누구나 알게 모르게 약관을 이용하고 있는 것이 현실이다.

약관은 그 기능면에서 사업자들의 영업을 합리화하고 거래를 신속·원활하게 해주며 소비자들과의 분쟁을 예방해 주는 등의 역할을 하여 자본주의의 발전에 도움을 주었지만, 소비자의 입장에서 사업자들의 우월적 지위를 강화시켜 주고, 사업자로 하여금 책임을 회피하게 하는 등의 부정적인 기능때문에 많은 소비자문제를 유발하기도 한다. 즉 영업을 합리화가 가능해진 사업자들은 그들의 거래상의 위험을 사전에 예측할 수 있을 뿐만아니라, 이러한 위험을 합리적으로 분산시키려 한다. 이때 약관을 이용하여 계약의 내용을 적절히 변경함으로써 거래상의 위험을 장래의 계약 상대방인 소비자에게 전가하는 것이다. 이른바 면책조항이나 책임제한조항 등이 그 대표적인 예이다. 실제 통용되고 있는 대부분의 약관에는 사업자가 책임을 지지않는 경우, 또는 일부의 책임만 진다는 조항들이 다수 포함되어 있어 사업자들은 소비자문제가 발생하면 약관을 면죄부처럼 이용하고 있다. 그러나 사업자에 비해 상대적으로 경제적 약자의 위치에 있는 소비자들은 이처럼 불공정한 약관을 그대로 받아들일 수밖에 없다.

이러한 약관은 계약자유와 관련하여 특유의 범이론을 요구하고 있어 법학자들의 많은 관심을 받아 온 주제로 다양한 연구들이 진행되어 왔지만, 실제로 약관문제를 경험하는 소비자들에게 초점을 맞춘 연구는 드물다. 특히 산업사회의 고도화로 인한 서비스 산업의 증대는 신종 서비스 상품을 등장시키고 있으며, 다양해진 서비스 상품들은 새로운 계약 유형들을 만들어 내고 있어 계약의 조건이 명시되어 있는 약관이 소비자들에게 점점 더 중요해지고 있지만,¹⁾ 보험과 금융상품에 대한 연구가 일부 이루어

1) 은행·증권거래와 보험계약시, 전기·가스·수도 등의 공급계약시, 철도·버스·항공기 이용이나 우편·전화

어졌을 뿐 그의 서비스 상품들의 약관문제나 불공정한 서비스약관으로 인한 소비자피해에 대해서는 연구된 바가 전혀 없다. 서비스는 객관적인 품질비교가 곤란한 무형의 상품으로 그 질의 우열은 제공되어지는 조건에 의해 좌우되며 상품의 하자에 대한 보상의 기준이나 내용이 모두 약관에 포함되어 있어서 유형의 상품거래 약관에 비해 소비자들에게는 더 중요한 약관임에도 불구하고 서비스약관이 실제 소비생활에서 소비자들에게 어느 정도 인식되고 있으며, 약관의 불공정한 내용으로 인한 피해정도가 어떠한지에 대한 연구는 없는 실정이다. 뿐만 아니라 명칭이나 형태에 관계없이 사업자가 미리 마련한 계약의 내용이면 모두 약관에 해당되기 때문에 약관은 업종별로 다양한 형식과 내용으로 구성되어 있으며, 업종별로 약관내용의 통제 정도가 차이가 있는데, 약관에 대한 규제가 어느 정도 시행되고 있는 상황에서 약관의 종류별 규제의 차이가 실제 소비생활에서 어떻게 작용하고 있는지에 대해서도 연구된 바가 없다.

이러한 상황에서 불공정한 서비스약관으로 인한 소비자피해를 줄이고 소비자보호를 효율적으로 수행할 수 있는 약관규제정책 마련을 위해서는 실제 소비생활에서 널리 통용되는 서비스약관들과 관련하여 소비자가 실제로 경험하고 있는 소비자문제가 무엇이고, 그 정도는 어떠한지를 살펴보는 것이 필요하다. 따라서 본 연구에서는 우선 소비자들의 약관 전반에 대한 지식 수준과 약관을 이용하는 정도 등을 조사하여 약관과 관련된 소비자들의 특성을 파악하고, 실제 소비생활에서 널리 통용되고 있는 서비스약관과 관련된 소비자문제의 경험 정도를 약관 종류별로 나누어 살펴본 후, 서비스약관과 관련된 소비자문제에 영향을 미치는 요인은 무엇인지를 실증적으로 분석해 보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 약관과 관련된 소비자문제

소비자가 소비 생활을 위해 재화나 서비스를 구

입, 사용하는 과정에서 소비자의 권리 침해로 인해 발생하는 소비자의 불이익 또는 피해가 소비자문제이다. 이 소비자문제 가운데 거래 관련문제의 대표적인 것이 약관과 관련된 소비자문제이다. 우리나라는 1970년대부터 산업 경제력이 급속하게 성장하면서 각종 거래에서 약관 이용이 확대되었다. 다양한 약관의 보급은 소비자와 사업자가 개별적으로 거래 조건을 흥정하지 않아도 거래를 할 수 있게 함으로써 신속하고 원활한 대량거래를 가능하게 했으며, 소비자와 사업자가 직접 만나지 않고도 거래가 이루어질 수 있게 함으로써 소비자의 경제생활을 손쉽게 만들어 주었다. 그러나 사업자가 일방적으로 작성한 불공정한 계약 내용때문에 소비자가 피해를 입는 경우도 생겨나게 되었다. 또한 약관의 이용이 소비자에게 제공되는 대부분의 서비스 제공 업무에 까지 폭넓게 확대되자 이러한 생활 속에서 일어나는 불공정한 약관으로 인한 피해는 소비자보호에 대한 심각한 파문을 던지며 커다란 사회문제로 부각되기에 이르렀다.

약관과 관련된 소비자문제는 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 하나는 약관 자체에 대한 이해 부족과 사업자들의 약관제시 회피 등으로 약관부 거래에서 소비자가 약관을 인지하지 못하므로써 발생하는 문제이고, 또 하나는 약관의 내용이 불공정하여 소비자에게 피해가 발생하는 문제이다. 이를 전자는 약관채용과 관련된 소비자문제, 후자는 약관내용과 관련된 소비자문제라 한다.

1) 약관채용과 관련된 소비자문제

약관채용과 관련된 소비자문제는 소비자들이 계약의 조건은 사업자가 일방적으로 만들어 놓은 약관에 따라야 한다는 사실을 모르거나, 안다고 해도 약관의 구체적인 내용을 모르는 경우, 약관의 내용을 이해하지 못하였을 때, 그리고 약관의 변경시 그 사실을 모르거나 변경에 대한 동의 여부의 의사를

이용시, 그리고 각종 오락시설이나 편의시설 등과 같은 시설이용시 제공 되는 서비스의 거래 조건은 약관에 의해 결정된다.

밝히지 못하므로써 발생하는 소비자문제이다. 구체적으로 명시·설명·무문제, 공시·게시문제, 서면교부문제, 변경시 통지·동의문제 등이 약관채용과 관련된 소비자문제들이다.

다양한 판매 기법들과 신종 서비스 상품들이 등장하면서 약관의 이용이 더욱 확대되자 약관통용에 따른 문제들이 다수 발생하였다. 지속적인 공급계약이나 서비스 제공계약의 경우 거래 조건으로 약관이 이용되지만 소비자들이 이를 인지하지 못하고 계약을 맺는 경우가 대부분이다. 예를 들어 가스나 수도, 전기의 공급시 그 요금의 산정, 요금납부에 대한 소비자의 의무, 공급에 대한 사업자의 책임 등이 '공급규정'이라는 약관에 제시되어 있지만 이 규정을 사전에 읽어 보는 소비자는 거의 없는 것이 현실이다. 또한 소비자들의 불만 처리방법 및 보상 기준이나 계약의 해제·해지 조건들이 약관에 규정되어 있는데 그 내용을 사전에 알고서 거래를 하는 소비자들이 거의 없기 때문에 그 내용이 사업자들에게 일반적으로 유리하게 작성되어 있어도 문제제기를 하지 못하거나 적절하게 소비자불만을 처리할 수 없는 등의 문제가 발생하였다. 이는 약관의 내용에 대한 통제만으로는 해결할 수 없는 문제로 실제 거래시 소비자들이 적극적으로 약관을 채용하지 않는 한 문제를 해결할 수가 없다.

이러한 소비자들의 약관채용과 관련된 실증조사의 결과를 살펴보면, 약관을 상세히 읽어보는 소비자는 34.2%에 지나지 않았고, 게시된 약관(81.9%)이나 교부된 약관(60.7%)의 글씨가 잘 보이지 않았다는 소비자가 대다수였다. 또 약관을 읽지 않는 이유로 '글씨가 작다거나 내용이 어려워'라고 응답한 소비자가 34.5%여서, 실생활에서 약관채용과 관련된 소비자문제가 다수 존재하고 있음을 보여준다(한국 소비자보호원, 1990). 디킨슨과 쉐버(Dickinson & Shaver, 1982)의 연구에 의하면 미국내 소비자들이 경험하는 소비자문제 유형은 50가지가 되는데, 계약조건이 적혀있는 약관내용이 일반 소비자들이 이해하기 어려운 용어들로 써여 있어서 계약의 조건을 잘 이해할 수 없다는 것이 심각한 소비자문제 가운데 하나였다.

2) 약관내용과 관련된 소비자문제

약관내용과 관련된 문제는 약관을 사업자가 일방적으로 작성하기 때문에 약관의 내용에서 소비자에게 불리한 조항을 많이 포함하게 되어 문제가 되는 경우는 많다. 실제로 약관의 남용으로서 문제가 되는 것은 바로 부당한 약관내용과 관련된 소비자피해 때문이다. 원래 약관은 계약자유원칙의 소산이므로 약관의 내용은 강행 법규에 반하지 않아야 한다는 제약이 있기는 하지만, 실제로 약관의 내용을 보면 부당한 조항들이 다수 포함되어 있다.

따라서 약관의 규제는 직접적인 소비자피해를 줄이기 위해 약관의 내용을 통제하는 모습을 띠게 되는데, 우리의 약관규제법에서도 불공정한 약관 조항은 그 효력을 부인하고 있다. 박수경·이기춘의 연구(1996)에 의하면 약관규제법이 시행된 1987년부터 1994년까지 내용이 불공정하다는 이유로 무효심결된 약관의 사례는 총 160건에 517개 조항이었다. 가장 많이 무효로 심결된 조항은 일반원칙인 '고객에 대하여 부당하게 불리한 조항'(28.2%)이었으며, 개별적 조항에서는 '소비자의 권리를 배제하거나 제한하는 조항'(11.4%), '사업자의 부당한 해제·해지권 남용조항'(10.1%), '소비자에게 과중한 손해배상 의무를 부담시키는 조항'(8.4%), '소비자에게 불리한 소제기 금지조항이나 재판관할의 합의조항'(8.4%) 등의 순으로 무효 심결되었다. 1995년과 1996년에도 각각 29건의 119조항, 32건의 267조항이 약관의 내용이 불공정하다는 이유로 무효 심결되어 시정조치를 받았다(공정거래위원회, 1996, 1997).

2. 서비스약관의 특성과 소비자문제

명칭이나 형태에 상관없이 사업자 일방이 사전에 작성한 것으로 계약의 내용이 되는 것은 모두 약관에 해당되기 때문에 많은 종류의 약관이 존재한다. 그런데, 약관은 업종에 따라 그 내용이나 존재 형식, 행정관청에 의한 규제 정도가 매우 상이하고, 소비자들에게 미치는 영향 정도도 다르다. 따라서 약관과 관련된 소비자문제를 잘 파악하기 위해서는 해

당 약관의 특성을 파악하고, 개별약관들의 내용을 살펴보는 것이 필요하다. 본 연구에서는 소비생활에 널리 통용되고 있어 소비자들에게 미치는 영향은 크지만, 상대적으로 소비자들의 인지도가 낮은²⁾ 서비스약관들 가운데 시설이용약관, 운송약관, 여행약관, 병원약관 등의 네 가지 약관을 선정하여 약관과 관련된 소비자문제를 파악하였다. 따라서 이들 약관의 특성과 이론적으로 지적되고 있는 문제점들을 우선 살펴보았다.

1) 시설이용약관의 특성과 문제

시설이용약관이란 각종 놀이(위락)시설의 이용규칙이나 콘도미니엄 및 레저시설 또는 체육시설 등 회원제 시설의 이용규정을 말한다. 회원제 시설은 고액의 목돈을 지불하고 회원권을 취득하는 회원계약을 체결하고 시설을 이용하는 것으로, 1980년대 이후 사용자 수가 급속히 확대되고 있는 서비스 상품이다. 또한 국민 전체의 소득수준 향상과 여가시간의 증대로 놀이시설의 이용도 급증하고 있는데, 이러한 시설이용시 소비자들이 지켜야 할 규칙과 이용요금, 각종 사고에 대한 소비자 및 사업자의 책임한도, 소비자불만이나 피해에 따른 보상한도 등을 명시하고 있는 것이 시설이용약관이다.

이러한 시설이용약관은 서비스업의 확대에 따라 등장한 신종 약관으로 그 존재의 형식면에서 개별사업자들이 임의로 약관의 내용을 작성하는 개별약관이며, 행정관청의 사전 규제가 전혀 없는 일반약관이다. 따라서 일방적으로 소비자들에게 불리한 내용이 약관에 포함될 가능성이 높다는 특징이 있다. 또한 고액의 회원권 구입계약을 제외하고는 대다수의 소비자들은 시설이용약관이 있다는 사실조차도 인지하지 못하고 있어 약관의 채용에서도 많은 문제가 있는 약관이다.³⁾

그러나 시설이용약관도 약관의 내용면에서 지나치게 소비자에게 불리한 조항에 대해서는 사후에 공정거래위원회의 규제를 받게 되는데, 시설이용약관은 그 내용의 불공정성으로 인해 부당약관으로 심결된 사례가 많이 있다. 1990년에는 놀이시설 이용약관의 이용권 환부를 무조건 제한하는 조항이

무효로 심결되었고, 1991년에는 종합레저시설 약관의 보증금 반환 유보 조항 등 6개 조항이 무효로 심결되었다. 뿐만 아니라 체육시설 약관은 입회비 불환 조항 등 11개 조항이 무효 심결처리 되었고, 콘도미니엄 이용약관의 7개 조항이 무효 조항으로 심결되었다(한국소비자보호원, 1993). 1996년에도 회원제 체육시설 이용약관 등 시설이용약관은 50여건이나 내용의 불공정성으로 공정거래위원회에 심사가 청구되었다(공정거래위원회, 1997).

2) 운송약관의 특성과 문제

운송약관은 운송사업 자체가 매우 다양하기 때문에 여러 종류의 약관이 존재하는데, 본 연구에서 말하는 운송약관은 고속버스, 철도, 항공, 선박을 이용하는 소비자들에게 통용되는 약관으로 한정하였다.

운송서비스는 국민의 일상 생활에 없어서는 안될 공공서비스이고, 소비자와 사업자간 분쟁발생의 소지가 많기 때문에 관련법들에 의해 반드시 주무부 장관의 인가를 받은 약관만 통용되도록 규정되어 있으며, 따라서 그 존재형식은 대부분이 표준약관이다. 따라서 감독 관청의 인가 또는 승인절차를 거치지 않고 약관을 작성 또는 변경하여 사용하는 사업자 또는 약관을 작성하지 않은 사업자에 대하여는 처벌 규정을 두고 있다. 약관의 작성이나 변경의 인가 외에도 운송약관은 그 내용을 고객이 알 수 있도록 영업소, 사업소, 기타 고객이 보기 쉬운 장소에 게시 또는 공시토록 규정되어 있으며, 이러한 게시 의무를 위반할 경우나 인가 내용과 다르게 허위사실을 게시한 경우에도 처벌을 받게 된다. 그리고 감독관청은 공공복리상 필요하다고 인정될 때에는 약관에 대한 변경 또는 개선 명령도 내릴 수 있다. 따

2) 1990년 한국소비자보호원의 약관에 대한 소비자의식조사에서도 보험이나 금융약관을 제외한 대중 서비스약관에 대해서는 약관인지도가 낮았다.

3) 소비자들은 보험이나 할부거래처럼 명칭이 '약관'으로 되어 있는 약관은 알라도 '이용규칙', '사용규정', '고객주의사항' 등으로 되어있는 시설이용약관은 그것이 약관인지 잘 모르는 경우가 대부분이며, 본 연구의 예비조사에서도 시설이용약관에 대한 인식이 가장 낮았다.

라서 운송약관은 그 내용의 통제에 있어서는 소비자보호에 가장 효과적인 규제가 가능한 약관이다. 그러나 이를 위해서는 규제기관인 행정관청의 태도가 중요한데, 통상 관청은 소비자 뿐만 아니라 사업자도 동시에 보호하려고 하기 때문에 인가약관이라고 해서 그 내용상 소비자문제가 전혀 없는 것은 아니다.

또한 운송약관은 소비자들에게 약관의 인지도가 높지 않은 약관이라서 약관의 채용에 있어서도 문제가 있는데, 즉 소비자들은 운송수단을 이용하면서도 약관을 본 적이 없거나, 약관이 있다는 것은 알아도 제대로 읽어 보지 못하거나 또는 내용이 어려워져서 제대로 이해하지 못하는 경우가 대부분이다. 실제로 소비자들의 약관에 대한 인지도 조사에서 조사대상자의 7.9%만이 운송약관을 인지하고 있는 것으로 나타났으며(한국소비자보호원, 1990), 사업자들은 이러한 소비자들의 약관에 대한 무관심을 이용하여 약관의 명시·게시의무나 설명의무를 소홀히 하고 있었다(서울 YWCA, 1987년).

따라서 운송약관은 약관에 대한 소비자들의 무관심과 사업자들의 게시, 설명의무의 소홀로 운송계약에 약관이 편입되었다고 보기 어려운 점이 많은데도 불구하고 문제가 발생하면 사업자들은 약관을 근거로 소비자들에게 대항하고 있어 약관채용과 관련된 소비자문제의 발생가능성이 높은 약관이다.

3) 여행약관의 특성과 문제

여행약관은 소비자들이 여행사와 여행계약을 체결할 때 계약의 내용이나 조건으로 하기 위하여 여행업자들이 사전에 일방적으로 작성해 놓은 계약의 초안을 말한다. 여행계약은 여행사가 여행에 필요한 서비스를 제공하고 상대방인 소비자는 이에 대하여 요금을 지급하기로 약정하는 특수한 계약으로서, 당사자 간에 개별적인 교섭으로 계약내용이나 조건을 정하는 것이 원칙이지만 실제 거래에 있어서는 계약의 중요한 내용이 모두 여행사가 일방적으로 미리 작성해 놓은 약관에 의해서 정해지게 된다(권오승, 1994). 따라서 여행약관 중에는 소비자들에게 불리한 조항이 포함되어 있을 가능성이 크고, 계약이

이루어질 때 그 내용이 소비자들에게 제대로 전달되어 소비자들이 그것을 계약 조건으로 받아들이고 있는지도 의문시 된다.

이러한 문제들 때문에 여행약관은 행정적인 규제를 받고 있는데, 여행약관은 한국관광협회나 여행업협회에서 정한 표준약관에 기초하여 각 사업자가 약관을 작성하고 그 시행전에 문화체육부장관에게 신고하여야 하며, 약관을 변경할 때에도 신고하여야 한다(관광진흥법 제15조). 또 이와 같이 설정된 약관은 국문 및 영문 등으로 표기하여 해당 사업장을 이용하는 소비자가 보기 쉬운 곳에 게시하도록 하고 있으며, 소비자들에게 약관에 대한 설명을 의무화 하고 있다(동법 시행규칙 제21조).

그런데 약관의 운영실태에 관한 한국소비자보호원의 조사(노영화 등, 1988)에 따르면, 조사 대상 여행사의 72%만이 약관을 게시하고 있었으며, 특히 국외여행업의 경우에는 36%밖에 약관을 게시하고 있지 않은 것으로 나타났다. 또한 약관규제법은 사업자는 고객이 요구할 때에는 그 약관의 사본을 소비자에게 교부하여 이를 알 수 있도록 하여야 한다고 규정하고 있으나(약관규제법 제3조 1항), 실제로 고객이 요구하기 전에 미리 약관을 교부하는 업체는 16%에 불과하였고, 약관이 비치되어 있지 않아서 소비자의 요구가 있어도 약관을 교부할 수 없는 업체가 전체적으로 무려 30%나 차지하고 있는 것으로 나타났다. 해외여행 상품의 계약 실태에 관한 조사(한국소비자보호원, 1994)에서도 약관을 여행사에서 자발적으로 교부해 주는 곳은 29.5%에 불과했고, 소비자들이 약관에 대해 '있는지조차 몰랐다'고 응답한 경우가 25.9%, '있는 것은 알았지만 읽어보지 않았다'고 응답한 경우가 26.8%로 나타나 약관을 읽어보지 못한 소비자가 절반을 넘고 있었다. 소비자들이 약관을 읽는다는 것은 여행계약의 내용을 이해하기 위한 선결조건이며, 약관의 효력발휘에 중요한 관건이 되는데도 읽어보지 않는 경우가 많다는 것은 약관 내용의 적정성 여부와는 별도로 채용상의 문제가 있음을 의미한다.

이외에도 여행약관은 표준약관이 모든 여행사에 강제되는 것이 아니기 때문에 사업자들이 부당하

약관조항을 얼마든지 만들어 통용시킬 수 있으며, 소비자보호를 위한 규제 방식이 관청에 단지 신고하는 정도로 그치기 때문에 담당공무원의 감독여하에 따라 불공정한 여행약관으로 인한 소비자피해는 얼마든지 발생 가능하다는 문제도 있다.

4) 병원약관의 특성과 문제

의료행위는 본질적으로 치료목적을 위하여 환자의 신체 등에 대한 침습을 수반하게 되므로 환자의 특이체질, 의사의 부주의 등의 사유로 환자의 생명마저 잃게 되는 예기치 못한 결과가 발생될 수 있을 뿐만 아니라 의료기관내 사무착오 또는 운영의 미숙으로 인한 환자의 불편과 재산상의 손해도 초래할 수 있어 병원과 환자간의 분쟁발생은 필연적일 수 밖에 없다. 병원에서는 이러한 분쟁발생에 대비하여 병원과 환자간의 책임·의무 관계를 규율하고 있는 일명 수술동의서나 입원서약서를 작성, 사용하고 있는데, 이러한 수술동의서나 입원서약서는 병원에서 사전에 일방적으로 작성한 것으로 일종의 약관이다.

그런데 그 약관의 내용은 병원이 일방적으로 만들었기 때문에 환자에게 책임을 전가하거나 병원측에 유리하게 작성되는 경향이 많고, 이러한 약관 때문에 의료사고가 발생할 경우 병원이용자들의 입장은 매우 열악해질 수 밖에 없는 것이 현실이다. 뿐만 아니라 병원서비스의 특성상 병원약관은 대부분이 다급한 상황에서 취급되며 생명이나 건강을 담보로 하고 있어서 환자와 의사와의 관계가 절대로 대등하지 않기 때문에 소비자의 입장에서 병원약관은 그 채용이 강제되는 약관이다. 특히 병원약관은 다른 약관과는 달리 약관에 서명, 날인을 하게 되어 있어 사업자의 계시나 설명의무의 위반을 이유로 그 효력을 부인할 수 없는 약관이다. 따라서 병원약관은 그 내용이 다른 약관들보다 더 공정하게 형성되어 있지 않으면 약관으로 인한 소비자의 피해를 클 수밖에 없는 약관이다.

그러나 병원약관의 문제점을 조사한 한국소비자보호원의 연구(1995)에 의하면, 50개 병원의 수술·입원약관을 수집·분석한 결과, 약관내용이 환자 및

보호자의 의무사항으로만 구성되어 있고 환자 및 보호자의 권리에 대한 내용은 전혀 없었으며, 병원 자신이 부담할 의무는 구체적으로 명시하지 않고 있으면서 오히려 병원이 저야 될 책임을 전가하거나 환자 및 보호자의 이익제기권을 포기시키는 내용을 담고 있는 것으로 나타났다. 따라서 병원 소비자를 보호하기 위해서는 불공정한 병원약관의 내용을 개선하는 것이 시급한데, 병원약관은 그 내용을 사전에 통제할 수 있는 행정적인 규제가 전혀 없는 일반약관이어서 그 문제가 더 심각하다.

3. 관련요인 고찰

1) 약관에 대한 소비자지식

소비자지식은 소비자 능력의 인지적 영역으로(이기춘, 1985), 소비자가 경제내에서 본연의 기능을 다하기 위해서는 기본적인 경제이론에서부터 시장 정보에 이르기까지 경제의 제반 사항에 대한 지식을 갖추어야 한다. 브라운과 덤즈데일(Brown & Dirmsdale, 1973; 김영신, 1991에서 재인용)은 지식을 갖춘 소비자야말로 기업으로 하여금 소비자의 진정한 요구에 책임을 다하도록 만들고 있음을 지적하며 소비자지식의 중요성을 강조하였다. 특히 약관에 있어서는 약관의 개념과 약관 내용의 이해, 부당 조항의 판별 등의 지식은 소비자들의 약관 인지 정도에 영향을 미칠 수 있고, 약관문제에 대한 대처능력을 키워줄 것이므로 약관과 관련된 소비자문제 경험에 결정적인 영향 요인으로 작용할 것이다.

2) 약관 활용도

약관과 관련된 소비자문제의 경험은 소비자가 약관을 적극적으로 활용하느냐, 안하느냐에 따라 달라질 수 있다. 이는 소비자가 평상시에 약관을 읽는 정도, 약관 내용에 대한 설명을 요구하는 정도, 약관 관련 정보에 대한 관심정도, 소비자불만 해결에 약관을 이용하는 정도 등을 종합하여 측정할 수 있는데 이러한 약관 활용도는 소비자능력의 정의적 영역인 소비자태도가 행동으로 표출된 것이다.

일반적인 소비자문제의 경험 연구에는 소비자가

가지고 있는 태도가 관련 변수로 나타난다(박운아·이기춘, 1988; 김성숙·이기춘, 1989; 김영신, 1991; Diamond et al, 1976 등). 그런데, 약관 문제에서는 규범성의 차원에서 보다 바람직한 태도에 대한 소비자의 선호가 높을 것으로 예상되며 이는 소비자가 가지고 있는 약관에 대한 신념이나 태도를 정확히 측정하는 것이 아닐 것이다. 따라서 본 연구에서는 약관에 대한 태도가 실제 행동에 옮겨져서 나타나게 되는 약관 활용 정도라는 보다 구체화된 변수를 관련 변수로 선정하고자 한다.

이와 관련된 선행연구를 살펴보면, 아직까지 국내 소비자들을 대상으로 약관 활용도나 약관에 대한 전반적인 소비자태도를 조사한 연구는 없으며, 의식 조사 가운데 몇몇 문항이 약관에 대한 소비자 태도를 묻고 있는 정도이다. 약관 이용 소비자들의 의식을 조사한 한국소비자보호원의 연구(1990)에서 약관에 대한 신뢰도를 측정할 결과, 46.4%가 '점원의 설명보다 약관을 더 믿는다'고 응답하였다. 또 약관을 읽는 정도는 70%정도 였는데, 그 중 38.3%는 '대강 읽는다'고 응답하였고, 자세히 읽지 않는 이유는 '문제가 생겨도 상대방을 믿고 의논하면 해결될 것이므로'라는 응답이 가장 많아 약관을 중요하게 생각하지 않고 있는 것으로 나타났다.

3) 사회인구학적 특성 및 구매경험

소비자의 사회인구학적 특성과 구매경험은 소비자문제의 경험에 영향을 미치는 요인으로 작용하기 때문에 약관 관련 소비자문제의 경험과도 관련이 있을 것으로 예상된다. 본 연구에서 선정한 사회인구학적 변수는 소비자들의 성별, 연령, 교육수준, 소득수준, 직업변수이다.

약관 문제에 있어서는 약관으로 인한 분쟁의 해결 방식이 성별에 따라 차이를 보였고(한국소비자보호원, 1990), 부당 약관에 대한 문제 인식에서도 남녀의 차이가 있었다(윤홍선, 1993). 즉, 분쟁해결 방식에서 남자가(59.5%) 여자보다(51.4%) '포기하는' 사람이 많았고, '회사에 항의해 해결'한 사람도 남자보다(28.6%) 여자가(35.1%) 많은 것으로 나타나 분쟁해결에 있어서 여자가 더 적극적임이 밝혀

졌다. 그러나 부당약관에 대한 문제 인식도는 남자가(66.0%) 여자보다(64.8%) 높게 나타났다.

또한 연령은 중요한 행동 변수이며 신체적 건강, 사회적 태도나 가치관, 생활환경의 지표가 되고 있어 소비자문제 연구에서는 중요한 변수이다(김영신, 1991: 65). 약관 문제와 연령과의 관계를 살펴보면, 연령에 따라 약관에 대한 인지도가 다르게 나타났다. 즉 30대가(56.4%) 약관에 대한 인지도가 가장 높았고, 50대, 60대의 인지도가 낮았다. 또 약관으로 인한 분쟁 경험도 연령에 따라 다르게 나타나서 연령이 낮은 집단의 분쟁 경험이 더 많게 나타났다(한국소비자보호원, 1990).

그리고 교육수준은 소비자 역할의 장에서 효율적으로 대처하는데 필요한 지식, 기능, 태도 등을 습득하는데 영향을 미치며(이기춘, 1985), 정보원의 선택에도 영향을 미쳐서 소비자문제의 경험과 연관이 있다(Andreasen, 1975). 약관에 있어서는 약관의 내용이 난해한 법률 용어로 되어 있는 경우가 많기 때문에 그 이해력이나 인지 능력 측면에서 교육수준이 높을수록 문제를 덜 경험할 것으로 예상된다. 그러나 교육수준이 높으면 약관의 채용과 관련된 소비자문제를 더 많이 인지할 수가 있기 때문에 채용과 관련된 소비자문제는 교육수준이 높을수록 더 많이 경험할 수도 있을 것이다. 한국소비자보호원(1990)의 연구에서는 학력에 따라 약관의 인지도가 달랐는데, 교육수준이 높은 집단의 약관 인지도가 높게 나타났다.

소득수준은 시장에서의 구매 능력에 차이를 갖게 하고, 소비자로서의 역할 기회도 다르게 하므로 소비자문제의 경험에 영향 변수로 작용한다. 약관에 있어서는 소득수준에 따라 약관의 인지도, 약관으로 인한 분쟁 경험이 다르게 나타났는데, 소득수준이 높은 집단이 낮은 집단보다 약관 인지도가 높았고 분쟁 경험도 더 많은 것으로 나타났다(한국소비자보호원, 1990).

약관은 직업에 따라 학력이나 소득 뿐만 아니라 약관의 이용도에서 그 차이가 클 것이므로 소비자문제의 경험에도 영향 변수로 작용하리라 예상된다. 한국소비자보호원의 조사(1990)와 윤홍선(1993)의

연구에서도 직업에 따라 약관 이용 경험이 다르게 나타났다고 분쟁 경험도 달랐는데, 관리직, 전문직, 자영업 종사자들의 약관 이용도가 높았고, 자영업, 관리직 그리고 주부 집단의 분쟁 경험도가 높게 나타났다.

한편 구매경험과 소비자문제의 경험 정도를 다룬 연구를 보면, 김영신·이기춘(1990)의 연구에서는 구매경험과 소비자문제의 경험도 간에 정적인 관계가 나타났으며, 그론하우(1981)의 연구에서도 시장 참여도가 높을수록 소비자문제를 많이 경험했고 소비자문제의 경험 정도에 영향을 주는 가장 중요한 변수로 나타났다. 또한 슈츠(1979)의 연구에서도 소비자문제의 경험은 구매경험이 증가함에 따라 높아졌다. 이러한 결과들은 결국 소비자들이 구매횟수가 늘어남에 따라 소비자문제를 더 잘 인식하는 것으로 볼 수 있으며, 또 시장내에는 그만큼 다양한 소비자문제들이 상존하고 있어 구매경험에 따른 문제 해결 정보가 제대로 활용되지 못하고 있음을 보여 준다.

III. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

앞에서 고찰한 이론적 배경을 토대로 하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1. 약관에 대한 소비자지식과 약관 활용도는 전반적으로 어떠한 경향을 보이는가?
- 연구문제 2. 약관채용 및 약관내용과 관련된 소비자문제의 경험 정도는 전반적으로 어떠한 경향을 보이는가?
- 연구문제 3. 약관채용 및 약관내용과 관련된 소비자문제의 경험에 대하여 제 변수들은 어느 정도의 영향을 미치는가?

2. 변수의 정의

본 연구에서 사용될 변수들은 다음과 같은 조작적 의미를 갖는다.

1) 약관과 관련된 소비자문제

약관과 관련된 소비자문제는 약관을 이용하면서 소비자가 경험할 수 있는 제 문제로, 본 연구에서는 약관채용시 사업자의 약관명시, 게시, 설명의무의 위반으로 인해 발생하는 소비자문제와 약관내용에서 소비자들의 권리를 침해하고 소비자에게 불이익 내지 피해를 줄 수 있는 불공정한 조항으로 인해 발생하는 소비자문제를 약관과 관련된 소비자문제로 정의한다.

2) 약관에 대한 소비자지식

약관에 대한 소비자지식은 약관 이용시 소비자가 효율적으로 의사 결정을 내리기 위하여 이해할 필요가 있는 사항으로, 본 연구에서는 약관의 개념, 종류에 대한 지식, 약관 내용에 대한 지식, 약관의 효력이나 구속력의 정도, 약관 채용시 사업자들의 의무, 부당 약관 규제 효과·처리에 관한 지식 등을 약관에 대한 소비자지식으로 정의한다.

3) 약관 활용도

약관 활용도는 약관부 거래시 소비자가 약관에 대해 적극적인 관심을 가지고서 약관을 활용하는 정도로 정의한다. 본 연구에서는 약관에 대한 관심, 약관을 읽는 정도, 사업자에게 약관에 대한 설명을 요구하는 정도, 약관 내용을 이해하려는 노력, 소비자불만 해결에 약관을 이용하는 정도 등을 종합하여 소비자의 약관 활용 정도를 판단하고자 한다.

4) 구매경험

본 연구에서의 구매는 놀이시설이나 체육·레저 시설의 이용과 기차, 고속버스, 항공기, 선박 등의 운송수단 이용, 여행사를 통한 여행서비스, 입원이나 수술 등의 병원서비스를 받고자 소비자가 금전을 지불하는 것을 의미한다. 구매경험은 소비자들이 최근 2년동안 위의 네 가지 서비스 상품을 구매할 때의 합으로 척도를 구성하였고, 각 약관별 소비자문제를 살펴볼 때는 해당 서비스를 구매한 횟수만을 가지고 구매경험 변수를 구성하였다.

3. 조사도구의 구성

본 연구의 연구문제를 조사하기 위하여 질문지를 사용하였으며, 조사도구는 여러 관련 연구를 참고로 하여 연구자가 작성하였다. 구성된 질문지의 내용에 대한 타당도는 소비자학 전공자들로부터 검증을 받았으며, 각 척도의 작성은 다음과 같은 방법에 의하여 이루어졌다.

1) 약관과 관련된 소비자문제의 경험 척도

약관과 관련된 소비자문제의 경험 척도는 약관내용과 관련된 문제의 경험과 약관내용과 관련된 문제의 경험으로 구성되어 있다. 약관내용과 관련된 소비자문제는 약관부 거래를 하면서 약관에 따라야 한다는 사실을 인식하지 못한 경우, 약관을 본 적이 없거나 읽을 수가 없었던 경우, 약관에 대한 설명을 듣지 못한 경우, 약관내용을 이해하지 못한 경우, 사업자측의 일방적인 약관내용 변경사실을 알지 못하였거나 변경에 동의여부의 의사표시를 하지 못한 경우 등을 문제로 구성하였다.

약관내용과 관련된 문제는 약관을 사업자가 일방적으로 작성하기 때문에 약관의 내용에서 소비자에게 불리한 조항을 많이 포함하게 되어 문제가 되는 경우로, 약관내용의 불공정성 때문에 무효 약관으로 심결된 내용이나 그 부당성으로 사회문제가 되었던 약관내용을 약관내용과 관련된 소비자문제에 포함하였다. 구체적으로 시설이용약관에서는 무효로 심결된 미사용분에 대한 현금상환 불가, 입회비 불환, 도난·안전사고 등에 대한 사업자의 면책, 개보수 등으로 인한 손해배상책임의 회피, 원상회복의무의 회피 조항 등으로 내용문제의 경험을 측정하는 척도를 구성하였고, 운송약관에서는 환불금액 및 기한관련 조항, 여객이나 수하물의 피해배상 조항, 지나친 사업자의 면책 조항 등 무효심결 조항들과 소비자에게 지나치게 불리하다는 이유로 최근 변경된 조항 등으로 척도를 구성하였다. 여행약관의 경우에는 사업자들에게 유리하다고 논란이 되고 있는 조항들 가운데 요금의 전액 선급, 일방적인 계약 조건(요금, 숙소 등)의 변경, 여행사 자의에 의한 여행

조건의 변경, 지나친 여행사의 책임배제 조항 등과 관련된 문제를 약관의 내용과 관련된 문제로 설정하였으며, 병원약관은 한국소비자보호원(1995)의 분석결과 소비자들에게 지나치게 불리하다는 지적을 받은 환자의 이의제기 금지, 각종 지시순응, 입원중 수술등의절차 배제, 진료비에 대한 항변권 제한, 병원의 지나친 면책 조항과 환자의 권리를 제한하는 조항들로 내용문제의 척도를 구성하였다.

본 연구에서는 약관과 관련된 소비자문제를 약관 종류별로 나누어서 해당 약관과 관련된 소비자문제를 열거한 후 이에 대한 경험의 정도를 측정하는 직접적인 측정 방법을 사용하였다. 소비자문제의 경험 정도는 경험 있음과 없음으로 경험을 이분하는 이분법과 경험의 정도를 몇가지 수준으로 나누어 조사하는 두가지 방법이 있다(김영신, 1991). 본 연구에서는 후자의 방법으로 경험 정도를 조사하였으며, 응답자들의 경험 정도에 대한 주관적인 평가를 가능한 한 배제하기 위하여 각 문항별로 구체적인 경험 빈도를 측정하도록 질문지를 구성하였다. 즉 각 문항에 대한 응답은 “전혀 경험 없음”에는 1점, “한두번 경험”에는 2점, “서너번 경험”에는 3점, “여러번 경험”에는 4점을 주었다. 약관과 관련된 소비자문제의 경험 척도는 각 약관별로 채용문제에 5문항, 내용문제에 6문항씩 11문항으로 구성하였다. 따라서 척도의 점수는 각 약관별로 11점에서 44점까지의 범위를 가지며, 점수가 높을수록 문제의 경험 정도가 높게 된다.

약관 관련 소비자문제 경험 척도의 문항은 크론바하 알파계수가 시설이용약관과 운송약관은 각각 0.79, 여행약관과 병원약관은 각각 0.83으로 나타났다.

2) 약관에 대한 소비자지식 척도

약관에 대한 소비자지식 척도는 약관의 개념, 약관의 종류에 대한 지식과 약관 내용의 이해력, 약관의 효력이나 구속력, 부당 약관에 대한 처리 및 규제 효과 등 약관을 이용하는데 소비자가 알아야 할 지식으로 구성하였다. 그 측정은 지식의 내용을 명제로 제시하고 옳고 그름을 판단하게 한 후, 정답일 경우 1점, 오답이거나 모르겠다고 응답한 경우 0점 처리하

여 점수를 합산하였다. 총 16문항으로 구성되었으며 0점부터 16점의 범위를 가진다. 점수가 높을수록 약관에 대한 소비자지식 수준이 높은 것을 의미한다.

3) 약관 활용도 척도

소비자들의 약관 활용도 척도는 평소 약관에 대한 관심도와 거래시 약관을 읽는 정도, 약관에 대한 설명 요구도, 문제해결 방법으로 약관을 활용하는 정도 등을 묻는 12문항으로 구성하여, "매우 그렇다"에서 "전혀 그렇지 않다"까지 4점 Likert 척도로 점수를 부여하였다. 점수가 높을수록 약관에 대해 적극적인 관심을 가지고서 약관을 많이 활용함을 의미한다. 이 척도의 크론바하 알파계수는 0.86이다.

4. 자료수집 및 분석

본 연구의 조사 대상은 최근 2년 동안 약관부 거래를 경험한 서울시에 거주하는 성인 소비자로 선정하였다. 약관 문제는 종사하는 직업에 따라 그 접촉 빈도나 약관을 활용하는 정도, 약관 지식 정도가 다를 것이므로 직종별 인구비율에 따라 다단계 층화집락표집에 의하여 조사대상자를 표집하였다. 이러한 과정에서 연령, 성별, 소득 수준 등이 고루 포함되고

연구목적에 합당하도록 의도적 표집(purposive sampling)을 하였다.

예비조사는 1996년 11월 25일부터 30일까지 6일간 질문지 130부를 배포하여 실시하였으며, 본 조사는 1996년 12월 23일부터 1997년 1월 20일까지 시행하였다. 총 800부를 배포하여 735부가 회수되었으며, 이중 부실기재된 것을 제외하고 최종적으로 685부를 분석에 사용하였다.

자료의 분석은 SPSS PC⁺ 프로그램을 이용하여 빈도 분포와 백분율, 평균과 표준편차, 중회귀분석 등을 적용하였다. 조사대상자의 일반적인 특성은 <표 1>과 같다.

IV. 분석결과 및 논의

1. 약관에 대한 소비자지식과 약관 활용도

1) 약관에 대한 소비자지식의 전반적인 경향

분석결과 조사대상자들의 약관에 대한 소비자지식은 최저 0점에서 최고 16점까지의 분포를 이루며, 평균은 7.95점, 표준편차는 2.53점으로 나타났다. 이는 본 연구의 지식 척도상 조사대상자들의 약관에 대한 소비자지식 수준이 척도의 중간 정도임을 의

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성

변수	집단	빈도(%)	변수	집단	빈도(%)
연령	20대	224(32.7)	직업	전업주부	147(21.5)
	30대	313(45.7)		고위관리·전문직	136(29.9)
	40대	97(14.2)		사무직	107(15.6)
	50대이상	51(7.4)		판매·서비스직	113(16.5)
	계	685(100.0)		생산직	182(26.0)
성별	남성	361(52.7)		계	685(100.0)
	여성	324(47.3)		월평균 가계소득수준	150만원미만
	계	685(100.0)	150~200만원미만		149(21.8)
교육수준	중졸이하	43(6.3)	200~250만원미만		105(15.3)
	고졸	226(33.0)	250~300만원미만		89(13.0)
	전문대·대학중퇴	76(11.1)	300~350만원미만		42(6.1)
	대졸	240(35.0)	350만원이상		109(14.7)
	대학원이상	100(14.6)	계		685(100.0)
	계	685(100.0)			

미한다. 약관에 대한 소비자지식의 분포 상태는 양극단에 치우침이 없이 정상적이다.

정답율이 가장 높은 문항은 "약관에 대한 사업자의 설명의무"에 관한 것으로 응답자의 87%가 정답을 알고 있었다. 다음은 "소비자의 약관심사 청구자격"에 대한 문항(82.0%), "사업자의 약관변경시 고지의무"에 대한 문항(80.3%) 순이었다. 그러나 "약관내용과 사업자의 설명이 다른 경우 사업자의 설명이 우선한다는 사실"이나, "불공정 약관은 금지명령이 없어도 무효"라는 사실, "행정 관청의 승인이 없어도 유효 약관"이라는 사실 등에 대해서는 정답율이 30%에도 미치지 못해 약관의 효력이나 유효성 등에 대해서는 소비자들이 거의 모르고 있는 것으로 나타났다.

이는 소비자들이 약관은 단지 계약의 초안일 뿐이라는 사실을 모르고 반드시 지켜야 하는 법규로 생각하고 있으며, 사업자가 일방적으로 작성한 약관도 소비자들이 꼭 지켜야 하는 것으로 인식하고 있음을 보여주는 결과이다. 또 약관에 대해서는 행정기관이 규제를 하기 때문에 모든 약관이 관청의 승인을 받아야 하는 것으로 생각하고 있어 소비생활에서 통용되는 대다수의 약관이 관청의 승인이 필요없는 일반약관임을 모르고 있었다.

이러한 결과는 소비자들이 약관의 효력에 대한 지식이 부족하여 지나치게 약관에 구속되고 있으며, 정부의 규제정책에 의존하여 약관문제를 소홀히 할

수도 있음을 의미한다. 따라서 소비자들에게 일반약관의 경우에는 정부의 사전 규제가 전혀 없으며, 약관의 내용은 소비자와 사업자와의 개별 약정에 의해 변경될 수 있다는 사실을 교육하여 소비자들이 약관채용에서부터 적극적으로 개입하도록 하고 약관의 내용을 신중히 검토하는 자세를 갖도록 하여야 할 것이다.

2) 약관 활용도의 전반적인 경향

조사대상자들의 약관 활용도는 평균 31.99점으로 12점에서 48점의 범위를 가지는 척도의 중간을 상회하는 수준으로 나타났고, 그 분포 상태는 약간 정적으로 편포되어 있었다. 이는 소비자들이 약관에 대한 관심을 어느 정도는 가지고 있어서 약관을 읽어보고, 약관의 내용을 이해하려고 노력하는 등 약관을 어느 정도는 활용하고 있음을 의미한다.

특히 "약관을 잘 보관해 둔다", "소비자문제가 생기면 우선 약관을 읽어보고 대처한다", "중요한 계약은 항상 약관을 보여달라고 한다" 등의 문항에 대한 점수가 높게 나와 소비자들이 약관을 소비자문제의 해결이나 중요한 계약의 체결에서는 적극적으로 활용하는 것으로 나타났다. 그러나 "약관과 다르게 계약을 하고 싶으면 약관의 내용을 고쳐달라고 한다"에 대해서는 다수가 '거의 그렇지 않다'고 응답하고 있어 약관 형성에 있어서는 아직까지도 수동적인 태도를 가지고 있으며, "약관 관련기사를

〈표 2〉 약관에 대한 소비자지식 및 약관 활용도의 측정점수 분포

약관에 대한 소비자지식		약관 활용도	
점수분포	빈도(%)	점수분포	빈도(%)
하위 집단(0- 3점)	29(4.2)	하위 집단(12-20점)	19(2.8)
중하위집단(4- 6점)	161(23.5)	중하위집단(21-27점)	134(19.5)
중위 집단(7- 9점)	315(46.0)	중위 집단(28-34점)	310(45.3)
중상위집단(10-12점)	154(22.5)	중상위집단(35-40점)	169(24.7)
상위 집단(13-16점)	26(3.8)	상위 집단(41-48점)	53(7.7)
계	685(100.0)	계	685(100.0)
평균	7.95	평균	31.99
표준편차	2.53	표준편차	5.83
범위	0 - 16	범위	12 - 48

주의 깊게 읽는다”에 대한 응답도 ‘거의 그렇지 않다’가 높은 비율로 나타나 약관 시책에 대한 관심면에서 소비자교육이 요청된다. 정부의 부당약관의 규제정책은 약관을 직접 이용하는 소비자들이 그 내용을 잘 알고 스스로 대처해 나갈 때 실효가 크다. 따라서 소비자들이 이에 관심을 갖고 적극적으로 이를 활용할 수 있는 소비자교육이 요구된다.

2. 약관과 관련된 소비자문제 경험 정도

약관의 채용과 관련된 소비자문제의 경험을 보면 시설이용약관의 평균 점수는 8.99점이었고, 운송약관은 9.93점, 여행약관은 8.53점, 병원약관은 7.98점으로 나타났다.

약관의 종류별로는 운송약관의 채용과 관련된 소비자문제의 경험 점수가 가장 높게 나타났는데, 이는 소비자들이 운송수단을 이용하면서도 그 계약이 약관부라는 사실을 잘 인식하지 못하고 있으며, 다른 서비스약관들에 비해 운송사업자들에 대한 약관의 게시나 설명의무가 약하기 때문에 소비자들이 약관내용상의 문제를 많이 경험하는 것으로 보인다. 또한 여행약관과 병원약관의 경우에는 그 서비스의 구매가 통상 자주있는 것이 아님에도 불구하고, 약관내용상의 문제 경험정도가 다른 약관과 큰 차이가 없는 것으로 나타나 이들 약관의 채용문제도 심각함을 보여주고 있다.

한편, 약관내용과 관련된 소비자문제의 경험점수는 시설이용약관은 평균 8.28점, 운송약관의 평균 점수는 8.10점, 여행약관은 평균 8.74점, 그리고 병원약

관의 평균 점수는 8.52점으로 나타나 약관채용과 관련된 문제의 경험 점수보다는 낮게 나타났다. 그러나 내용상의 문제는 바로 약관에 의한 소비자피해로 연결되기 때문에 경험도가 낮다고 해서 문제가 적은 것이 아니다. 오히려 약관규제법이나 사전 신고 및 인가 등의 행정적인 규제를 받고 있음에도 불구하고 내용상 문제의 경험자가 존재한다는 것은 불공정한 약관내용에 대한 통제가 실효가 없다는 뜻이기 때문에 문제가 더 심각한 것이다. 약관의 종류별로는 여행약관과 병원약관의 내용과 관련된 소비자문제의 경험도가 높게 나타나 이들 약관의 내용이 공정성 측면에서 문제가 있음을 드러냈다.

네 가지 약관에 대한 소비자문제의 경험 정도를 종합하면, 시설이용, 운송, 여행, 병원서비스 등을 구매하면서 소비자들은 약관 관련 문제를 다수 경험하는 것으로 나타났으며, 그 경험의 빈도는 약관내용보다는 약관채용에 있어 더 크게 나타났다. 이는 아직까지도 소비자들이 서비스 상품을 이용하면서 약관의 중요성을 제대로 인식하지 못하고 있으며, 사업자들이 약관규제법에 규정되어 있는 약관의 명시, 설명의무를 제대로 수행하지 않고 있어서 소비자들에게는 약관내용의 고지조차 제대로 이루어지지 않고 있음을 의미한다.

서비스 이용과 관련된 약관들은 구매한 상품의 질이 약관의 내용에 달려있기 때문에 소비자에게 매우 중요한 것임에도 불구하고 약관 채용에서부터 소비자들이 많은 문제를 경험하고 있다는 것은 심각한 일이 아닐 수 없다. 뿐만 아니라 약관 내용문제들도 채용문제에 비해서는 경험 정도가 낮았지만,

〈표 3〉 약관채용 및 내용과 관련된 소비자문제 경험의 측정 점수 분포

	약관채용과 관련된 소비자문제 경험				약관내용과 관련된 소비자문제 경험			
	시설약관	운송약관	여행약관	병원약관	시설약관	운송약관	여행약관	병원약관
평균	8.99	9.93	8.53	7.98	8.28	8.10	8.74	8.52
표준편차	3.37	4.11	3.29	2.67	2.89	2.68	2.70	2.42
범위	5 - 20	5 - 20	5 - 20	5 - 20	6 - 24	6 - 22	6 - 22	6 - 21
환산점수	1.80	1.99	1.71	1.60	1.38	1.35	1.46	1.42
N	510	643	344	341	510	643	344	341

〈표 4〉 약관과 관련된 소비자문제 경험 관련 변수들의 영향 요약

	약관채용 문제				약관내용 문제			
	시설약관	운송약관	여행약관	병원약관	시설약관	운송약관	여행약관	병원약관
연령								
교육 수준	.223***	.240***	.169*		.150*			
소득 수준								
성별		-.102*						
직업 I			.215***					
직업 II								
구매 경험	.213***	.143***	.191***	.352***	.107**	.162**	.137*	.329***
약관에 대한 지식	.130**	.150***		-.094*	-.170**	-.199***		
약관 활용도	-.097*			.103**	.128*			
R ² (%)	15.54	15.12	5.59	14.59	5.45	7.86	7.52	12.60

*수치는 회귀식의 β 값. * p<.05, ** p<.01, *** p<.001

현재 불공정한 약관의 내용은 규제를 받고 있음에도 불구하고 이와 관련된 문제의 경험자가 상당수 존재하는 것으로 나타나 우리나라의 약관규제정책이 큰 실효가 없음을 드러냈다. 더욱이 이들 시설이용이나 운송, 여행 등은 앞으로 그 수요가 크게 늘어날 것이 예상되는 상품들이기 때문에 이와 관련된 약관의 문제는 더욱 중요한 사회문제가 될 수 있다.

3. 약관과 관련된 소비자문제 경험에 대한 변수들의 독립적 영향력

약관과 관련된 소비자문제 경험과 관련된 변수를 배경 변수, 약관에 대한 소비자지식, 약관 활용도 변수로 구분하여 세 변수들의 약관과 관련된 소비자문제 경험에 대한 상대적 영향력을 알아보기 위하여 중회귀분석을 실시하였다(변수간의 상관관계는 〈부표 1〉 참조).

회귀분석 결과를 종합하면(〈표 4〉 참조), 약관의 채용과 관련된 소비자문제 경험은 서비스 구매 경험, 소비자들의 교육 수준(병원약관 제외), 약관에 대한 소비자지식(여행, 병원약관 제외), 그리고 시설이용약관에서는 약관 활용도, 병원약관에서는 성별의 영향을 받는 것으로 나타났다.

교육수준과 소비자지식 수준이 높을수록 약관채

용의 문제를 많이 경험하는 것으로 나타난 것은 교육과 지식수준이 높을수록 약관에 대한 인지도가 높아서 약관채용의 문제를 잘 인식할 수 있었기 때문에 문제의 경험이 많게 나타난 것으로 보이며 이는 소비자문제의 경험을 연구한 김영신(1991)의 결과와 일치하는 결과이다. 또 구매경험과 약관채용의 문제 경험이 정적 관계를 갖는 것으로 나타난 것은 일반 소비자문제를 연구한 김영신(1991), 그론후우(1981), 슈츠(1979) 등의 연구와 일치하는 결과로 구매경험이 많을수록 그만큼 채용문제 경험의 기회가 늘어나기 때문에 나타난 결과일 것이다. 그외 시설약관에서는 약관활용도가 높을수록 채용문제를 덜 경험하는 것으로 나타나 약관을 잘 읽어보고 활용하는 적극적인 태도를 가지면 채용문제의 경험을 줄일 수 있음을 보여주었고, 병원약관의 경우 남성이 채용문제를 많이 경험하는 것으로 나타난 것은 병원약관의 성격상 가장인 남성이 보호자의 자격으로 약관에 서명하는 경우가 많기 때문에 나타난 결과일 것이다.

한편 약관내용과 관련된 소비자문제 경험은 서비스 구매 경험, 약관에 대한 소비자지식(시설이용약관 제외), 약관 활용도(시설이용, 병원약관 제외), 직업 I(여행, 병원약관 제외), 그리고 여행약관에서는 교육수준, 병원약관에서는 성별이 영향변수인 것

으로 나타났다. 약관의 내용문제도 구매경험이 많은 소비자가 문제를 많이 경험하는 것으로 나타나 채용문제와 같은 결과를 보였다. 그러나 약관에 대한 지식과 약관활용도 변수는 채용문제와는 반대의 결과를 보이고 있는데, 즉 지식수준이 높을수록 내용 문제를 덜 경험하며, 약관 활용도가 높을수록 내용 문제를 많이 경험하는 것으로 나타났다. 이는 약관에 대한 지식 특히 불공정약관에 대한 규제지식이 높은 소비자는 불공정한 내용의 약관으로부터 스스로를 보호할 수 있기 때문에 문제의 경험도가 낮은 것으로 보이며, 단지 약관의 활용을 적극적으로 하는 것이 내용문제의 경험을 줄여주지는 않는다는 것을 시사하는 결과이다.

이러한 결과를 놓고 보면 약관문제는 문제의 성격이 채용에서 비롯된 것과 불공정한 내용에서 비롯된 것을 명확히 구분하여 다루어야 하며, 또 약관의 종류별로도 관련 변수들의 영향정도가 달라지기 때문에 약관에 대한 소비자교육이나 규제정책을 시행하는데 있어 약관의 종류와 그 문제의 성격을 구분하여야 보다 실효성있는 문제해결 방안이 마련될 것으로 사료된다.

V. 결론 및 제언

본 연구 결과 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

첫째, 약관과 관련된 소비자문제의 경험 수준에 비추어 약관문제가 매우 보편적이고 심각한 사회문제임을 알 수 있다. 본 연구에서 선정한 네 가지 약관, 즉 시설이용, 운송, 여행, 병원약관과 관련된 소비자문제들의 경험 점수는 교육수준을 제외한 배경 변수에 따른 차이가 거의 없는 것으로 나타나 약관 문제가 특정 집단에서만 발생하는 것이 아님이 입증되었다. 또 대부분의 문제를 소비자들이 한 번 정도는 경험하는 것으로 나타나 약관과 관련된 소비자문제가 보편적임이 드러났다. 특히 구매경험과 약관문제와의 관계는 이러한 문제가 한두 번의 경험으로 끝나는 것이 아니라 구매를 하면 할수록 약관 문제의 경험도 계속 증가함을 보여 주고 있어 약관과 관련된 소비자문제의 심각성을 말해주고 있다.

약관문제의 유형별로 볼 때 소비자는 약관채용과 관련된 문제를 많이 경험하고 있고, 내용과 관련된 문제를 적게 경험하는 것으로 나타나고 있는데, 이는 소비자들이 약관의 중요성을 인식하지 못한 상태로 소비생활을 하고 있으며, 사업자들도 이러한 소비자의식에 편승하여 약관의 고지의무를 제대로 이행하고 있지 않기 때문이다. 또한 내용문제는 채용문제보다 경험의 수준은 낮았지만 약관내용과 관련된 문제는 직접적인 소비자피해로 연결되기 때문에 경험 정도의 크기를 떠나서 소비자들이 한 번이라도 경험한다는 것은 심각한 소비자문제이다. 따라서 이러한 점이 약관정책의 수립이나 소비자 교육 내용 개발에 반영되어야 할 것이다.

둘째, 약관과 관련된 소비자문제의 경험 정도는 교육수준, 구매경험 변수가 정적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, 약관에 대한 소비자지식 및 약관 활용도에 의해서도 영향을 받는 것으로 나타났다. 그러나 그 영향력의 유무 및 정도는 약관의 종류와 약관문제의 유형에 따라 상이한 결과를 나타내고 있다. 즉 시설이용약관과 운송약관에서 약관에 대한 소비자지식은 약관문제 유형에 따라 상반된 결과를 보였으며, 약관 활용도 변수 역시 약관의 종류와 문제 유형에 따라 약관과 관련된 소비자문제의 경험에 미치는 영향이 달랐다. 이러한 결과는 약관의 중요성을 간과하고 있는 소비자들에게 약관채용과 관련된 소비자문제를 인식시키기 위해서, 그리고 약관 내용문제에 대한 적절한 해결 능력을 갖추기 위해서는 약관에 대한 소비자지식이 반드시 필요한 것임을 보여주고 있어 약관에 대한 소비자교육의 필요성을 입증하는 한편, 약관에 대한 내용통제가 병행되어야 약관문제로부터 소비자를 보호할 수 있음을 시사하고 있다.

셋째, 약관의 종류에 따라 약관과 관련된 문제의 경향 및 성격과 관련 변수의 영향력 등이 다르게 나타났다. 이는 약관에 대한 규제정책 수립이나 소비자교육을 실시하는데 있어 약관의 종류별로 접근을 다르게 해야 함을 의미한다. 본 연구에서 다룬 약관들 가운데 시설이용약관이나 운송약관과 같은 대중적인 약관과, 병원약관과 같이 소비상황이 특수

한 약관을 접할 때의 소비자들의 약관문제 경험은 크게 다른 것으로 나타났다. 즉 대중적인 약관들의 경우에는 그것이 약관이라는 인식자체가 낮아 약관에 대한 주의를 잘 하지 않으므로써 채용문제를 많이 경험하는 반면에, 병원약관의 경우에는 약관에 대한 인식을 못해서 문제가 생기는 것이 아니라 그 채용이 강제되기 때문에 문제가 발생한다. 따라서 약관을 규제할 때는 소비자가 약관을 계약의 조건으로 받아들이는 상황에 대한 고려가 우선 필요하며, 그러한 상황에서 소비자가 자신의 의사표시가 가능한가, 또한 약관에 대한 충분한 주의가 가능한가에 따라 규제의 방법을 다르게 해야 할 것이다.

넷째, 약관의 채용문제와는 달리 약관내용에 대해서는 사전에 내용이 통제되고 있는 인가 및 신고약관(운송, 여행약관)과 사전규제가 없는 일반약관(시설이용, 병원약관) 사이에 문제 경험의 차이가 있어야 하는데 연구 결과는 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 관청에 의한 약관사전심사가 불공정한 약관내용을 통제하는데 실효가 없음을 보여주는 것으로 결국 행정 관청이 소비자보호를 목적으로 약관에 대한 검토를 철저하게 하지 않고 있음을 드러낸 것이다. 현행 법규상 행정기관의 인가를 받은 약관에 대해서는 공정거래위원회가 바로 시정명령을 할 수가 없기 때문에 본 연구의 결과는 오히려 행정기관의 인가 약관이 소비자들에게는 더 문제가 될 수도 있음을 시사하고 있다. 따라서 약관에 대한 행정적 규제의 시행에 재고가 있어야 할 것으로 사료된다.

약관과 관련된 소비자문제의 경험 정도와 관련 변수에 관한 본 연구의 결과는 불공정한 약관의 규제 및 소비자보호 정책을 수립하고 시행하는데 있어 기초자료로 활용될 수 있으며, 약관의 중요성을 인식시키는 소비자교육의 자료로 유용할 것이다. 또한 고객만족, 소비자지향적 경영을 하려는 사업자들에게는 기존 약관의 틀을 벗고 소비자가 보다 선호하는 계약의 정형을 만드는 데 도움을 줄 수 있을 것이다. 그러나 본 연구는 소비자학의 시각과 방법으로 약관의 문제를 다룬 초기적인 연구로 몇가지 한계점을 가지고 있으므로, 이를 보완한 후속 연구가 진행되어야 할 것이다. 따라서 본 연구가 갖고

있는 제한점을 바탕으로 앞으로의 연구에서는 다음과 같은 사항을 고려할 것을 제안한다.

첫째, 약관과 관련된 문제의 유형을 좀 더 정교화하는 연구가 필요하다. 본 연구에서는 이론적으로만 지적되어 온 약관채용과 약관내용에 관한 문제만으로 약관과 관련된 소비자문제를 구성하였는데, 실제로 소비자들이 경험하는 약관의 문제는 더 다양하리라 예상된다. 따라서 약관과 관련된 소비자문제를 보다 자세히 분석하기 위해서는 다양한 약관문제를 수집하여 요인분석과 같은 방법을 통해 약관의 문제를 유형화하는 작업이 필요하다.

둘째, 약관과 관련된 문제는 약관의 종류에 따라 크게 다르기 때문에 약관의 종류별로 약관문제를 개별적으로 고려하는 연구가 필요하다. 이때의 약관은 법학에서 많이 다루는 법리적 성격의 약관보다 소비생활에서 널리 통용되고 있는 약관들을 중심으로 문제를 다루는 것이 소비자보호에 더 실효가 있을 것이다.

셋째, 약관과 관련된 소비자문제의 경험에 관한 연구모형을 구성하는 변수들의 척도를 대부분 연구자가 작성하였으므로 미비한 점이 있을 수 있다. 특히 소비자문제의 경험 척도는 경험의 절대적인 빈도만으로 측정된 것이어서 질적인 측면이 간과되었다. 따라서 약관과 관련된 소비자문제의 심각성을 보다 잘 측정할 수 있는 척도의 개발이 필요하다.

끝으로, 본 연구는 약관과 관련된 소비자문제의 경험 정도만을 다루었으나 문제 경험에 따른 불만의 정도, 불만 해소 행동의 여부 및 유형, 그에 대한 만족도 등에 대한 연구도 함께 이루어져야 소비자복지 향상이라는 궁극적인 연구 목적에 부합하는 연구가 될 것이다.

■ 참고문헌

- 1) 공정거래위원회(1996, 1997) '95, '96년도 불공정 약관 시정실적 및 동향.
- 2) 권오승(1980) "현대사회의 소비자의 지위와 권리". 법과 소비자보호, 삼영사 : 12-47.
- 3) _____(1988) "계약자유와 계약공정". 사법연구3

- : 계약법의 제문제. 고시계.
- 4) _____ · 이은영 · 장경환(1994) 불공정약관 규제제도의 정착과 장기발전방향. 공정거래위원회.
 - 5) 김성숙 · 이기춘(1989) "도시 저소득층의 소비자 문제 지각과 관련요인 연구". 한국가정관리학회지 제7권 2호 : 31-43.
 - 6) 김영신 · 이기춘(1990) "소비자 문제에 관한 이론 및 실증적 연구". 소비자학 연구 제1권 1호 : 41-65.
 - 7) _____ (1991) 소비자문제의 유형별 경험에 관한 연구. 서울대학교 박사학위논문.
 - 8) 노영화 · 이득연 · 최선경(1988) "여행에 관한 소비자보호방안 연구". 한국소비자보호원.
 - 9) 박명희(1993) 소비자의사결정론. 학현사.
 - 10) 박수경 · 이기춘(1996) "소비자보호의 실효를 위한 약관규제연구 -약관심결례를 중심으로". 대한가정학회지. 제34권 1호 : 295-308.
 - 11) 서울 YWCA(1987) 여객운송약관실태 조사보고서.
 - 12) 유진선(1996) 불공정약관에 관한 판결·심결례 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
 - 13) 윤홍선(1993) 약관규제와 소비자보호에 관한 연구. 전북대학교 박사학위논문.
 - 14) 이기춘(1985) 소비자능력개발을 위한 소비자 교육에 관한 연구. 서울대학교 박사학위논문.
 - 15) _____ (1988) 소비자교육학. 교문사.
 - 16) 이은영(1984) 약관규제론. 박영사.
 - 17) 한국소비자보호원(1990) 약관에 대한 소비자의식 및 이용실태.
 - 18) _____ (1993) 약관심결례 요약·분석집.
 - 19) _____ (1994) 해외여행상품 이용 및 서비스 실태조사.
 - 20) _____ (1995) 병원이용약관의 문제점 및 개선방안.
 - 21) Andreasen, A. R.(1975) The Disadvantaged Consumer. N.Y. : The Free Press.
 - 22) Deutch, S.(1990) "Control of Unfair Terms in Consumer Contract in Israel : Law and Practice". Journal of Consumer Policy vol.13(2) : 181-199.
 - 23) Diamond, S. L., Ward, S. and Faber, R.(1976) "Consumer Problem and Consumerism : Analysis of Calls to a Consumer Hot Line" Journal of Marketing (Jan.) : 58-62.
 - 24) Dickinson, V. H. and Shaver, J. P.(1982) "A Test of Consumer Awareness for Adults". Journal of Consumer Affairs vol.16 : 241-244.
 - 25) European Consumer Law Group.(1991) "Opinion on the Proposal for a Council Directive on Unfair Terms in Consumer Contracts". Journal of Consumer Policy vol.14(1) : 107-116.
 - 26) Francken, D. A. and Raaij, W. F. V.(1985) "Socio-Economic and Demographic Determinants of Consumer Problem Perception". Journal of Consumer Policy vol.8 : 303-313.
 - 27) Gronhaug, K. and Zaltman, G.(1981) "Complainers and Non-Complainers Revisited". Advances in Consumer Research vol.8 : 83-87.
 - 28) Haefner, J. E. and Permut, S. E.(1975) "Indexing Consumerism Issues Through the Mass Media". Journal of Consumer Affairs vol.9 : 81-89.
 - 29) Jensen, H. R.(1986) "The Relevance of Alternative Paradigms as Guideline for Consumer Policy and Organized Consumer Action". Journal of Consumer Policy vol.9(4) : 389-405.
 - 30) Moore, E. M. and Shuptrine, F. K.(1993) "Warranties : Continued Readability Problems After the 1975 Magnuson Moss Warranty Act". Journal of Consumer Affairs vol.27(1) : 23-36.
 - 31) Shuptrine, F. K. and Wenglinz, G.(1981) "Comprehensive Identification of Consumer Marketplace Problems and What They Do about Them". Advances in Consumer Research vol.8 : 687-692.
 - 32) Wilhelmsson, T.(1993) "Control of Unfair Contract Terms and Social Values : EC and Nordic Approaches". Journal of Consumer Policy vol.16(4) : 435-453.

(N = 685)

〈부록 표1〉 각 변수간 상관관계, 평균, 표준편차

변수명	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)
(1)연령	1.00															
(2)교육 수준	-.06	1.00														
(3)소득 수준	.20***	.39***	1.00													
(4)성별	.07*	-.25***	.04	1.00												
(5)직업 I	-.10**	-.50***	-.35***	-.15***	1.00											
(6)직업 II	.26***	-.03	.09**	.55***	-.45***	1.00										
(7)시설 이용경험	-.04	.16***	.22***	-.11**	-.08*	-.04	1.00									
(8)운송수단 이용경험	-.13***	.29***	.11**	-.18***	-.06	-.17***	.13***	1.00								
(9)여행사 이용경험	.07	.17***	.11**	-.09**	-.13***	-.05	.07*	.17***	1.00							
(10)병원 이용경험	-.01	.02	.02	-.10**	.06	-.06	.12**	.10**	.08*	1.00						
(11)약관에 대한 소비자지식	-.04	.30***	.19***	-.24***	-.06*	-.17***	.07*	.20***	.10**	.03	1.00					
(12)약관에 대한 소비자태도	.02	.05	.11**	.12**	.02	.03	.09**	.06	.09*	.02	.16***	1.00				
(13)시설이용약관문제 경험	-.11**	.16***	.16***	-.03	-.02	.02	.37***	.14***	.10**	.18***	.06*	.12**	1.00			
(14)운송약관문제 경험	-.11**	.26***	.08*	-.15***	.04	-.18***	.18***	.33***	.19***	.23***	.16***	.08*	.45***	1.00		
(15)여행약관문제 경험	.13***	.22***	.13**	-.06	-.13***	.02	.12**	.20***	.58***	.20***	.09**	.04	.27***	.37***	1.00	
(16)병원약관문제 경험	.03	.03	.01	-.10**	.06	-.07*	.07*	.08*	.07*	.68***	.11**	.16***	.19***	.27***	.16***	1.00
평균	34.06	14.29	228.72	47	43	21	5.82	13.67	1.38	1.10	8.55	40.08	14.31	18.72	9.40	9.05
표준편차	8.69	2.61	112.33	50	50	41	11.11	16.23	2.48	1.82	2.48	7.17	9.75	7.81	10.09	9.73