

# 내용분석을 통해 본 소비자학의 연구동향 1980-1999

A Content Analysis in Consumer Research, 1980-1999

성균관대학교 생활과학부  
교수 김기옥  
박사과정 유현정·남수정  
석사과정 배윤정·하상현

School of Human Life Sciences, Sungkyunkwan Univ.

Professor : Kee-Ok Kim

Doctoral course : Hyun-Jung Yoo · Su-Jung Nam

Master course : Yoon-Jung Bae · Sang-Hyun Hah

## ◀ 목 차 ▶

- |            |             |
|------------|-------------|
| I. 서론      | IV. 분석 및 해석 |
| II. 선행연구고찰 | V. 요약 및 결론  |
| III. 연구방법  | 참고문헌        |

## <Abstract>

In Korea, consumer researches have been accomplished in the field of family economics or business management individually. The field of consumer studies progressed in both sides of quantity and quality since the establishment of the Korean Society of Consumer Studies(KSCS). The field of consumer studies is moving toward an uni-disciplinary stage from an interdisciplinary stage.

In this time, it is very meaningful to review the research trend in consumer science and to look out the future prospect. This study reviewed and analyzed all of the papers published in Journal of Korean Home Economics Association from 1980 to 1999, Journal of Korean Home Management Association from 1984 to 1999 and Journal of Consumer Studies from 1990 to 1999.

### I. 서론

산업사회의 발달은 인간생활 중 소비생활의 측면에 많은 관심을 갖게 하였으며 소비자를 연구대

상으로 하는 학문영역을 태동시켰다. 외국에서의 소비자연구는 "Consumer Science", "Consumer Economics", "Consumer Affairs" 등의 명칭으로 사용

되고 있으며, 앞으로 소비자학이 단일학문의 위치를 성취하고 단일학문으로 발전될 것이라는 주장도 제기되고 있다(Kroll과 Hunt, 1980). 우리 나라의 소비자 연구는 1970년대부터 가정경제학, 경영학 등 관련 학문분야에서 개별적으로 이루어지다가 1990년 한국소비자학회가 발족되면서 연구가 양적, 질적으로 진일보하게 되었다. 최근에는 대학 내에서 독립된 학과로서 「소비자학과」 또는 소비자관련 학과들이 출현하고 있어 소비자학은 이제 학제적 단계에서 단일학문의 단계로의 진입을 모색하고 있다고 평가할 수 있다(김용준·여정성·하영원, 1999).

특히 가정학은 소비자학의 태동과 발전에 견인차 역할을 해 왔다고 볼 수 있다. 1970년 미국가정학회(AHEA)는 가정학의 5대 목표 중의 하나로 “소비자의 능력과 가족자원 사용을 향상시킬 것”을 들었으며 국내에서도 대한가정학회, 한국가정관리학회, 한국소비자학회 등의 학회지에서 끊임없이 소비자 연구논문이 발표되면서 소비자연구에 많은 기여를 해 오고 있다.

소비자연구가 다학문단계에서 학제적 단계를 거쳐 단일학문단계로 이행하려 하는 현 시점에 있어서 그 동안의 연구 동향을 고찰해 보는 것은 앞으로의 연구방향을 전망해 보는데 중요한 작업이 될 수 있을 것이다. 지금까지 국내에서 소비자연구의 동향을 내용분석한 연구로는 대한가정학회가 1990년에 펴낸 「가정학연구의 최신동향」중에 포함되어 있는 소비자학 분야를 들 수 있는데 이때는 한국소비자학회가 막 창립되던 해였으므로 「소비자학 연구」를 분석에 이용하지 못하였다. 김용준·여정성·하영원은 한국소비자학회의 학회지인 「소비자학 연구」 창간호에서부터 1998년도까지 실린 논문들을 내용분석하였는데(1999) 이것은 「소비자학 연구」에 실린 논문 154편만을 분석한 것이어서 우리나라에서의 소비자연구의 동향을 고찰하는 데에는 무리가 있다. 송인숙(1999)의 경우 1980년 이후 발간된 한국가정관리학회지, 대한가정학회지, 소비자학연구, 한국가족자원경영학회지를 대상으로 비교적 폭넓게 소비자학과 관련된 논문들을 내용분석 하였지만 가정관리학적인 관점을 적용하여 소비자학연구의 계

재된 논문일부를 포함시키지 않고 있다. 우리나라에서의 소비자연구의 발자취를 점검하기 위해서는 소비자학의 모체가 되는 가정학 관련 학회지 모두에 실린 소비자연구들을 분석의 대상으로 삼는 것이 반드시 필요하리라 생각된다.

이에 본고에서는 소비자연구가 활발히 이루어지기 시작한 1980년부터 1999년 현재까지 가정학 관련 학회지에 실린 소비자연구논문의 내용분석을 통하여 우리나라 소비자연구의 동향을 고찰하고 앞으로 나아갈 방향에 대하여 논의해 보고자 한다.

## II. 선행연구 고찰

내용분석은 장황한 내용을 객관적, 체계적, 정량적으로 묘사하기 위한 연구기법이다(Kolbe & Burnett, 1991). 즉 내용분석은 기존의 정보들을 유목화하고 요약하며 비교가능하게 해 줌으로써 저널의 프로파일(profile)을 개발하는 데 유용한 도구가 된다(Geistfeld & Key, 1986).

소비자연구에 있어 내용분석을 이용한 연구는 많이 시도되어졌는데(Kassajian, 1977; Kolbe & Burnett, 1991; Geistfeld & Key, 1986; Gribshaw et al., 1984; Abdel-Ghany & Nickols, 1984; 대한가정학회, 1990; 김용준·여정성·하영원, 1999), 이러한 연구를 통하여 연구가 활발한 분야와 그렇지 못한 분야 등을 알아낼 수 있고 지금까지 발표된 연구논문의 경향과 문제점을 밝혀낼 수 있다.

Geistfeld와 Key는 1975년부터 1984년까지 10년간 Journal of Consumer Affairs(JCA)에 실린 논문들을 내용분석하였으며, Dolan과 Lawrence는 이들의 분석들을 그대로 이용하여 역시 JCA의 1985년에서 1994년 사이의 논문들을 내용분석하였다. 분석 결과의 사결정 및 정보처리에 관련된 논문들과 다양한 주제의 논문들이 증가되는 경향을 보였고 소비, 소득, 경제적 이슈들에 대한 논문들은 현저히 감소됨을 볼 수 있었다. 정책의 분석, 개발, 평가에 대한 논문의 비중은 지속적으로 높은 비중을 차지하고 있었다.

김용준·여정성·하영원(1999)은 1990년부터 1998

년까지의 10년간 소비자학연구에 실린 154편의 논문을 내용분석한 결과 연구종류별로는 기술적 연구(41.6%), 연구방법별로는 조사연구(73.4%)가 가장 많이 수행되고 있음을 고찰하였다. 특히 기술적 연구의 94%는 조사연구법을 이용하고 있었다. 반면에 사례연구나 해석학적 접근은 소비자학 연구에서 거의 시도조차 되어지지 못하고 있음을 발견하였고 사회현상을 연구함에 있어 실증조사와 통계분석 일변도의 연구풍토는 앞으로 개선되어야 함을 지적하였다.

### III. 연구방법

#### 1. 내용분석범위

본 연구에서는 가정학 관련 학회지인 대한가정학회지, 한국가정관리학회지, 소비자학연구의 3개 학회지에 실린 논문을 분석의 대상으로 하였다. 소비자연구가 활발히 이루어지기 시작한 시점을 언제로 잡느냐의 문제가 논란의 소지를 안고 있기는 하지만 본 연구에서는 1980년부터 소비자연구가 많은 관심을 갖고 수행되기 시작하였고 1990년대 들어서면서 보다 본격화되었다고 보고, 1980년부터 1999년 상반기까지 위의 3개 학회지에 실린 소비자연구논문을 분석하였다. 소비자학 연구는 게재 논문 모두가 소비자연구에 해당되므로 1990년 창간호에서부터 1999년 6월호까지의 166편 모두를 분석대상으로 하였으나 대한가정학회지와 한국가정관리학회지는 소비자연구논문만으로 구성된 것이 아님을 감안하여 소비자연구논문으로 판단되는 논문만을 골라 분석에 이용하였다<sup>1)</sup>. 대한가정학회지는 1980년 제 18권 1호부터 1999년 제37권 8월호까지 총 99권의 학회지에서 146편의 논문이 분석에 이용되었으며, 한국가정관리학회지는 1984년 창간호부터 1999년 제 17권 2호까지 총 34권의 학회지에서 92편의 논문이 분석에 이용되었다. 이로써 본 연구에서는 총 417편의 논문을 분석 대상으로 하였다.

대한가정학회지는 1963년 처음 창간호를 간행한

이후 연 2호를 간행하다가 점차 증편하여 1998년부터는 연 12호를 간행하고 있다. 한국가정관리학회지는 1984년 처음으로 창간호가 간행되었고 1994년까지 연 2호를 간행하다 1995년부터 연 4호로 증간되었다. 소비자학연구는 1990년에 처음 창간호가 간행되었으며 1997년까지 연 2호가 간행되다가 1998년부터 연 4호로 증간되었다.

본 연구에서 분석의 대상으로 선정한 학회지와 논문의 수는 다음 <표 1>과 같다.

#### 2. 분류방법

우선적으로, 내용분석에 들어가기에 앞서 어떠한 기준으로 논문의 주제를 구분할 것인가의 문제를 생각해야 한다. Geistfeld와 Key는 1975년부터 1984년까지 10년간 JCA에 실린 논문들을 내용분석하면서 ① 의사결정과 정보탐색, ② 소비자주의와 소비자운동, ③ 소비자교육, ④ 직업 및 프로그램, ⑤ 소비, 소득, 경제적 문제, ⑥ 만족/불만족, ⑦ 정책의 분석, 개발, 평가, ⑧ 상품의 품질, ⑨ 시장구조 및 조직, ⑩ 기타의 10개 카테고리 주제를 분류하였다(<표 2> 참조).

이후 Dolan과 Lawrence는 이들의 분석틀을 그대로 이용하여 역시 JCA의 1985년에서 1994년 사이의 논문들을 내용분석하였다. Duncing(1989)은 ① 소비자정보, ② 소비자보호, ③ 소비자주권, ④ 소비표준과 생활표준, ⑤ 소비와 생활수준, ⑥ 시장구조, ⑦ 시간, ⑧ 인플레이션, ⑨ 인적자본, ⑩ 선택의 10가지를 소비자연구의 주제로 분류하였다. 한국소비자학회의 창립에 견인차 역할을 한 소비자학회에서는 소비자연구의 주제로서 ① 소비자선택이론, ② 가족행동의 경제학적 접근, ③ 가계의 구조와 경

1) 「소비자학연구」에 게재된 모든 논문을 소비자학 연구의 결과물로 포함시킬 수 있는냐에 대해서는 학자마다 그 견해가 다를 수 있지만, 본 연구에서는 소비자학이 어느 한 학문의 시기가 아닌 학제적인 방향으로 발전해야 한다는 전제하에 「소비자학연구」를 소비자학의 가장 대표적인 학회지로 간주하고 여기에 게재된 모든 논문을 소비자학 연구의 결과물로 포함시켰다.

〈표 1〉 대한가정학회지, 한국가정관리학회지, 소비자학연구에 게재된 소비자연구논문편수

연 도	학 회 지			합 계
	대한가정학회지	한국가정관리학회지	소비자학연구	
80	2			2
81	1			1
82	2			2
83	1			1
84	0	1		1
85	0	5		5
86	1	7		8
87	2	10		12
88	6	7		13
89	2	4		6
90	4	3	15	22
91	4	7	13	24
92	8	6	13	27
93	6	4	16	26
94	9	5	20	34
95	5	11	13	29
96	5	9	21	35
97	36	13	15	64
98	35	10	28	73
99	17	3	12	32
합계	146	105	166	417

〈표 2〉 선행연구의 주제분류

Dunsing(박혜경, 1989)	Geistfeld & Key(1986), Dolan & Lawrence(1996)	소비자학연구회(1995)*
① 소비자정보	① 의사결정과 정보탐색	① 소비자선택이론
② 소비자보호	② 소비자주의와 소비자운동	② 가족행동의 경제학적 접근
③ 소비자주권	③ 소비자교육	③ 가계의 구조와 경제적 복지
④ 소비표준과 생활표준	④ 직업 및 프로그램	④ 가계재무설계
⑤ 소비와 생활수준	⑤ 소비, 소득, 경제적 문제	⑤ 시장환경의 이해
⑥ 시장구조	⑥ 만족/불만족	⑥ 소비자의 효율적 의사결정
⑦ 시간	⑦ 정책의 분석, 개발, 평가	⑦ 소비자문제와 소비자보호
⑧ 인플레이션	⑧ 상품의 품질	⑧ 소비자교육
⑨ 인적자본	⑨ 시장구조 및 조직	
⑩ 선택	⑩ 기타	

\*: 이기춘외(1995) 소비자학의 이해, 학현사

제적 복지, ④ 가계재무설계, ⑤ 시장환경의 이해, ⑥ 소비자의 효율적 의사결정, ⑦ 소비자문제와 소비자보호, ⑧ 소비자교육을 들었다(최은숙 외, 1990).

Geistfeld와 Key의 분류는 소비자연구의 다양한 연구주제들을 포괄하고 있으며 이미 이러한 분석틀

을 가지고 미국에서의 소비자연구 동향을 고찰한 바가 있으므로, 본 연구에서는 이를 이용하여 내용 분석을 실시하고 그 결과를 Geistfeld와 Key(1986), Dolan과 Lawrence(1996)의 연구결과와 비교해 본다면 한미 양국의 소비자연구 동향을 비교할 수 있는

〈표 3〉 내용분석을 위한 소비자연구 주제분류

주 제	내 용
① 의사결정과 정보탐색	의사결정과정 및 그 결과에 초점을 맞춘다. 효율성 및 적절성과 같은 요소를 다루며 의사결정과정을 분석한다. 소비자의 정보탐색노력이 포함된다.
② 소비자주의와 소비자운동	소비자운동의 필요와 아울러 소비자운동의 역할과 효과 등을 다룬다.
③ 소비자교육	소비자교육에 대한 요구를 분석한다.
④ 직업 및 프로그램	소비자연구에 있어 대학의 프로그램을 개발하고 직업으로의 기회를 모색하는 것에 초점을 둔다.
⑤ 소비, 소득, 경제적 문제	일반적으로 소비자가 경험하는 경제적 환경의 문제들과 함께 소비자가 이에 대응하는 방법을 분석한다.
⑥ 만족/불만족	소비자의 만족, 불만족, 불만 등의 경험을 다룬다.
⑦ 상품의 품질	의사결정과정에서 상품의 질과 표준에 초점을 맞출뿐만 아니라 가격과 비례한 품질의 문제를 다룬다.
⑧ 시장구조 및 조직	시장조직이 효과적으로 존재하는 대안적인 시장구조를 다룬다. 또한 시장의 불완전성에 대한 문제들도 거론된다.
⑨ 광고	소비자의 정보탐색과 구매의사결정에 영향을 미치는 중요한 요인이 되는 광고와 관련된 모든 내용이 포함된다.
⑩ 라이프 스타일	소비행동에 영향을 미치는 독립변인, 혹은 소비와 관련된 여타의 변수에 의해 영향을 받을 수 있는 종속변인으로서의 라이프 스타일 모두를 포함한다.
⑪ 소비성향	보다 더 거시적인 측면에서 소비에 대해 접근하여 보편적인 소비의 문제뿐만 아니라 여러 가지 특수한 소비행동 및 성향을 다룬다.
⑫ 환경 및 처분행동	소비자의 역할 중 소비행동의 마지막 단계인 처분자로서의 역할에 초점을 맞춰 특히 환경과 상호작용하는 소비자의 처분행동을 다룬다.
⑬ 상표	상표와 관련된 모든 내용을 포함한다.
⑭ 기타	위의 13가지 카테고리 중 어디에도 속하지 않는 모든 내용들을 포함한다.

좋은 기회가 될 수 있을 것이다. 또한 소비자학연구회의 분류기준을 이용한다면 소비자학의 성립 초기에 소비자학 연구자들이 소비자학의 발전방향으로서 제시하였던 초기의 연구목표가 얼마나 근접해가고 있는지를 검토해 볼 수 있는 기회가 될 것이다.

이에 본 연구에서는 Geistfeld와 Key(1986)의 분류방식을 근간으로 하여 분석하고 소비자학연구회의 분류방식에 따른 분석을 추가로 실시함으로써 소비자연구가 초기에 목표했던 바에 얼마나 근접하게 발전하여 왔는지를 검토하고자 한다. 그러나 소비자학연구에 발표된 광고, 라이프스타일, 소비성향, 환경 및 처분행동, 상표 등의 영역들이 Geistfeld와 Key(1986)의 분류에서는 따로 분류되어 있지 않아 기타로 분류되는 논문들이 많음을 감안하여 기타를

다시 5가지 주제영역으로세분하였고<sup>2)</sup>, 정책의 분석, 개발, 평가항목은 소비자주의와 소비자운동영역과 뚜렷하게 구분되지 않으며 해당되는 논문의 수가 매우 적은 점을 감안하여 “소비자주의와 소비자운동”에 함께 편입시켰다. 또한 소비자학연구회의 분류방식에 따를 경우 어디에도 포함시킬 수 없는 논문들을 위해 “기타”를 추가하였다. 이로써 본 연구

2) 이와 같은 한미간 분류방식의 차이는 가정학분야의 소비자학 연구자의 연구가 주로 실리는 JCA를 분석대상으로 한 미국의 연구와 달리 본 연구에서는 가정학뿐만 아니라 마케팅분야의 소비자연구자의 연구가 실리는 한국소비자학회지인 소비자학연구를 분석대상에 포함하고 있기 때문이다.

에서는 10개의 영역으로 분류한 Geistfeld와 Key (1986)의 분류방식은 총 14가지로, 8개 영역으로 분류한 소비자학연구회(1995)의 분류방식은 총 10가지로 수정하였다.

논문의 분류주제가 정해지고 나면 구체적으로 하나의 논문을 어느 주제에 포함시켜야 하는가 또한 중요한 문제가 된다. 본 연구에서는 연구자 5명이 연구대상이 되는 모든 논문을 나누어서 각 주제별로 분류한 다음, 분류된 결과물을 서로 교환하여 검증하였다. 이 중에서 분류하기에 모호한 논문들과 연구자의 견해에 따라 다르게 분류될 수 있는 논문들은 다음과 같은 기준에 의해 분류하였다. 먼저, 논문의 제목에 나타난 주제를 기준으로 분류하였고, 논문의 주제가 두가지 분류 이상에 포함될 경우 연구의 목적과 연구문제를 근거로 좀 더 초점을 두고 있는 분류쪽에 포함시켰다. 그리고 연구자의 견해에 따라 분류가 달라지는 논문의 경우 연구자 3인 이상이 동의하는 분류에 포함시켰다.

〈표 4〉 연도별 논문편수

	빈도	백분율(%)
1980	2	0.5
1981	1	0.2
1982	2	0.5
1983	1	0.2
1984	1	0.2
1985	5	1.2
1986	8	1.9
1987	12	2.9
1988	13	3.1
1989	6	1.4
1990	22	5.3
1991	24	5.7
1992	27	6.5
1993	26	6.2
1994	34	8.2
1995	29	7.0
1996	35	8.4
1997	64	15.3
1998	73	17.5
1999	32	7.7
합계	417	100

## IV. 분석 및 해석

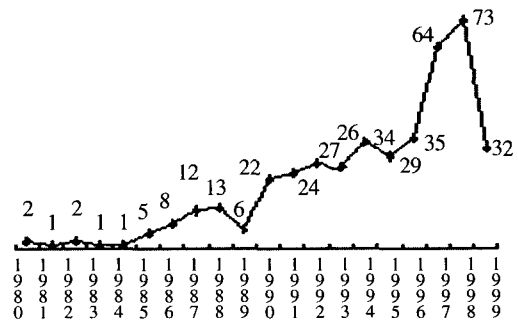
### 1. 연구동향의 전반적 분석

#### 1) 연도별 논문편수

1980년 1월부터 1999년 8월까지 대한가정학회지, 한국가정관리학회지, 소비자학연구에 게재된 소비자학 분야 연구들은 총 417편이었다. 소비자학연구가 창간된 1990년 이후 소비자학 분야 논문수는 증가하기 시작하였고, 대한가정학회지와 한국가정학회지가 각각 년 12권과 년 4권으로 증간되기 시작하면서 논문의 수는 현저히 증가하기 시작하였다(〈표4〉참조). 또한 1999년 소비자학연구도 년 4권으로 증간됨에 따라 앞으로 논문의 수는 증가할 것으로 예상된다. 전반적으로 소비자학연구는 1989년을 제외하고 1980년대부터 꾸준히 증가해왔고 교수업적 평가가 시작될 즈음인 1997년부터 급격히 증가하고 있음을 알 수 있다.

#### 2) 학회지별 논문편수

학회지별 논문편수는 〈표 5〉에서처럼 대한가정학회지에 146편, 한국가정관리학회지에 105편, 소비자학연구에 166편이 발표되었다. 소비자학연구는 창간 연도와 연간발행권수에서 대한가정학회지와 한국가정관리학회지에 비해 뒤떨어졌지만 소비자학의 전문학술지로서 가장 많은 편수를 게재한 것으로 나타났다. 대한가정학회지의 경우 가정학과 관련된 모



〈그림 1〉 연도별 논문편수

<표 5> 학회지별 논문편수

	빈도	백분율(%)
대한가정학회지	146	35.0
한국가정관리학회지	105	25.2
소비자학연구	166	39.8
합계	417	100

든 분야의 논문들이 게재되기 때문에 비교적 소비자와 관련된 논문의 편수가 적으리라 예상되었지만 연간 발행되는 권수가 타 학회지보다 많기 때문에 소비자와 관련된 논문 또한 많이 게재되었다.

3) 주제별 논문편수

주제별 논문편수는 <표 6>와 같이 변형된 Geistfeld & Key(1986)의 1986년분류와 소비자학연구회의 1995년 분류로 나누어 살펴보았다. 변형된 Geistfeld & Key(1986)의 분류에 따르면 소비, 소득, 경제적 문제 분야의 논문이 모두 94편으로 가장 많았고 다음으로는 의사결정과 정보탐색(71편), 소비자주의와 소비자운동(44편) 순으로 나타났다. 반면, 직업 및 프로그램과 상품의 품질에 관한 논문은 각각 5편과 7편으로 비교적 적은 편수를 나타내고 있다.

소비자학연구회(1995)의 분류에 따르면 초기 주제 분류에 비해 다양한 논문들이 많이 발표되었기 때문에 기타로 분류되는 논문이 가장 많았고 다음으로는 소비자의 효율적 의사결정분야의 논문(68편), 가계의 구조와 경제적 복지(64편), 소비자문제와 소비자보호(54편) 순으로 나타났다. 반면에 소비자선택이론에 관한 논문이 7편, 소비자교육에 관련한 논문이 19편으로 비교적 적은 편수를 나타내고 있다.

4) 연구자의 수

연구자의 수에 따른 논문편수를 나타낸 <표 7>에 따르면 단독연구보다 2인 공동연구가 가장 많고, 3인 이상 공동연구는 상대적으로 적게 나타났다.

<표 7> 연구자의 수에 따른 논문편수

연구자의 수	빈도	백분율(%)
단독연구	159	38.1
2인공동연구	201	48.2
3인공동연구	42	10.1
4인공동연구	11	2.6
5인이상 공동연구	4	1.0
합계	417	100

<표 6> 주제별 논문편수

변형된 Geistfeld & Key의 분류에 따른 논문편수			소비자학연구회의 분류에 따른 논문편수		
주제	빈도	백분율(%)	주제	빈도	백분율(%)
소비, 소득, 경제적 문제	94	22.5	기타	140	33.6
의사결정과 정보탐색	71	17.0	소비자의 효율적 의사결정	68	16.3
소비자주의와 소비자운동	44	10.6	가계의 구조와 경제적 복지	64	15.3
기타	39	9.4	소비자문제와 소비자보호	54	12.9
환경 및 처분행동	29	7.0	가족행동의 경제적 접근	23	5.5
소비성향	27	6.5	가계재무설계	21	5.0
만족/불만족	23	5.5	시장환경의 이해	21	5.0
소비자교육	20	4.8	소비자교육	19	4.6
시장구조 및 조직	18	4.3	소비자선택이론	7	1.7
광고	18	4.3			
상표	12	2.9			
라이프스타일	10	2.4			
상품의품질	7	1.7			
직업 및 프로그램	5	1.2			
합계	417	100	합계	417	100

### 5) 분석방법

연구에 사용된 분석방법을 조사하기 위해 기타를 제외한 17가지 분석방법에 대해 한편의 연구에 사용된 분석방법 모두를 조사하였다. 대부분의 연구가 기술통계를 기본적으로 사용하는 양적연구이기 때문에 기술통계가 가장 많고, 빈번하게 사용되고 있는 분석방법으로는 F검증, 회귀분석, t-test로 나타났다. 반면에 통계적인 분석이 필요하지 않은 연구방법인 문헌고찰은 48편으로 나타났고, 질적연구는 매우 드물게 시도되고 있었다(〈표 8〉 참조).

## 2. 한미간 논문주제분야 비교

미국에서의 소비자연구동향을 조사한 Geistfeld와 Key의 연구와 Dolan과 Lawrence의 연구는 1975년부터 1994년까지 20년간 미국의 JCA(Journal of Consumer Affairs)에 발표된 총 412편의 논문을 대상으로 분석하였다. 1975년부터 이것을 1975년부터 79년까지, 1980년부터 84년까지, 1985년부터 89년까지, 1990년부터 94년까지 4시기로 나누어 논문의 주제를

〈표 8〉 분석방법

분석 방법	빈 도	백분율(%)
기술통계	364	87.3
F검증(MANOVA포함)	165	39.6
회귀분석	146	35.0
t-test	108	25.9
상관관계분석	89	21.3
$\chi^2$ 검증	54	12.9
요인분석	52	12.4
문헌고찰	48	11.5
기타	48	11.5
경로분석	32	7.7
logit/probit/tobit분석	26	6.2
판별분석	17	4.1
공분산구조분석	48	11.5
군집분석	13	3.1
내용분석	10	2.4
실험	9	2.2
면접법	8	1.9

• 한편당 사용된 복수의 분석방법을 모두 포함으로써 전체 합이 100%가 아님

살펴보면 시장구조 및 조직분야와 의사결정과정 및 정보탐색분야에 많은 논문이 발표되고 있음을 알 수 있다. 소비, 소득, 경제적 문제에 관한 논문은 70년대에는 한편도 발표되지 않았으나 80년대 초에 5편이 발표된 이후 80년대 후반에는 26.3%로 증가하였으나 90년대로 접어들면서 6.9%로 급격히 줄어 들고 있다. 반면에 정책분석, 개발, 평가에 관한 논문은 비교적 지속적으로 발표되고 있다. 90년대에 들어와 가장 많은 수의 논문이 발표된 분야는 기타로서 소비자연구의 범위가 급격히 확대되고 있음을 알 수 있다.

한국의 경우 미국과 마찬가지로 의사결정과 정보탐색 분야에 많은 논문이 발표되고 있지만, 미국에서 활발하게 연구되고 있는 시장구조 및 조직분야의 논문은 90년대 들어서 발표되기 시작하였고 미국과는 달리 소비, 소득, 경제적문제 분야가 활발히 연구되고 있었다. 이와 같은 결과는 한국 또한 1990년 소비자학연구가 발간된 이후 연구의 주제가 다양하게 발전되어가고 있음을 보여주고 있다.

미국에서의 연구동향을 한국과 비교하기 위해 동일한 주제분류를 국내에 적용해 보면 기타에 116편으로 가장 많은 논문이 포함되는데 여기에는 라이프스타일(10편), 소비성향(27편), 환경 및 처분행동(29편), 상표(12편)에 관한 논문이 포함된다. 한미간 소비자연구의 동향을 주제별로 비교해 보면 〈표 9〉와 같다.

## 3. 연도별 연구주제 동향

### 1) 변형된 Geistfeld & Key의 주제 연구동향

〈표 10〉은 연도별 변형된 Geistfeld & Key의 주제 연구동향 결과를 나타낸 것이다. 의사결정과 정보탐색 및 소비자주의와 소비자운동 분야는 80년대 후반부터 꾸준히 연구되어오다가 90년대 후반으로 갈수록 연구의 편수가 증가하고 있음을 알 수 있다. 소비자교육 또한 90년대 초반 기간이 연구되어 오다가 근래에 들어 관심이 증가되어가고 있으며, 직업 및 프로그램의 경우에는 90년대 초반까지는 전혀 연구되어 오지 않다가 90년대 후반부터 점차 연



<표 9> 한미간 소비자연구 주제별 동향

주 제	미 국				한 국			
	75-79	80-84	85-89a	90-94a	80-84	85-89	90-94	95-99
1) 의사결정과 정보탐색	19(19%)	22(19.8%)	6.0%	13.8%	2(22.2%)	9(20.5%)	26(19.6%)	34(14.6%)
2) 소비자주의와 소비자운동	8(8)	0(0)	5.0	4.0	2(22.2)	9(20.5)	11(8.3)	22(9.4)
3) 소비자교육	11(11)	4(3.6)	4.0	0	2(22.2)	3(6.8)	3(2.3)	13(5.6)
4) 직업 및 프로그램	1(1)	2(1.8)	2.0	1.0	1(11.1)		1(0.8)	4(1.7)
5) 소비, 소득, 경제적 문제	0(0)	5(4.5)	26.3	6.9		5(11.4)	36(27.1)	51(21.9)
6) 만족/불만족	7(7)	7(6.3)	6.0	7.9	2(22.2)	8(18.2)	4(3.0)	11(4.7)
7) 정책의 분석, 개발, 평가	16(16)	31(28)	16.2	14.9				
8) 상품의 품질	6(6)	7(6.3)	9.0	1.0		1(2.3)	4(3.0)	2(0.9)
9) 시장구조 및 조직	27(27)	25(22.5)	1.0	11.9			5(3.8)	13(5.6)
10) 기타	5(5)	8(7.2)	24.5	38.6		9(20.5)	43(32.4)	83(35.6)
총 합	100 (100%)	111 (100%)	100% (100%)	100%	9 (100%)	44 (100%)	133 (100%)	233 (100%)

a) 1985년부터 1994년까지에 대한 자료의 출처인 Dolan과 Lawrence(1996)의 연구에 구체적인 논문편수가 제시되어 있지 않기 때문에 백분율로만 표시함

<표 10> 연도별 연구동향

연구 주제	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	합계
의사결정과 정보탐색			1	1		3	1	2	1	2	2	5	5	5	9	4	9	11	9	1	71
소비자주의와 소비자운동	1	1					1	3	3	2	1	3	3	2	2	1	3	7	10	1	44
소비자교육			1		1	1				1	1		1		1	2	2	2	5	2	20
직업 및 프로그램															1	1		3			5
소비, 소득, 경제적 문제	1					1	3		2		5	2	12	8	9	4	8	16	16	7	94
만족/불만족							2	3	3		2	2				1	2	4	3	1	23
상품의 품질									1		1	1		2			2				7
시장구조 및 조직											1	1	3	2	5				3	3	18
광고								1	1	4	4		2	1	2	2	1				18
라이프스타일								1			1		2				1	1	2	2	10
소비성향												1		1	5	3	1	3	8	5	27
환경 및 처분행동								1					2			5	1	7	10	3	29
상 표											2	2	1	1	2			1	2	1	12
기 타								2	2		3	1	2	2	2	1	4	8	5	6	39
합 계	2	1	2	1	1	5	8	12	13	6	22	24	27	26	34	29	35	64	73	32	417

구되어지기 시작하였다. 소비, 소득, 경제적 문제 분야는 90년대 초반부터 활발하게 연구되어 오다가 근래에 들어 연구의 편수가 증가하고 있음을 알 수 있다. 광고의 경우 80년대 후반부터 꾸준히 연구되어오고 있는 분야이고 환경 및 처분행동과 소비 성향의 분야는 87년 각각 1편의 논문이 발표된 이래 90년대부터 본격적으로 연구되어지기 시작하였다.

2) 소비자학연구회의 분류에 따른 연구동향

소비자학연구회의 분류방식을 다소확장하여 10개의 주제영역으로 연구동향을 나타낸 <표 11>에 따르면 소비자의 효율적 의사결정분야, 소비자문제와 소비자보호에 대한 연구가 전반적으로 꾸준히 진행되어오다가 90년대 후반부터 더욱 활발히 연구되고 있음을 알 수 있다. 가계의 구조와 경제적 복지에

〈표 11〉 연도별 연구동향

주 제 2	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	총합
소비자선택이론														1	3		1		2		7
가족행동의 경제적 접근								2	1		3	2		3	2		4	4	1	1	23
가계의 구조와 경제적복지	1				1		3		1		2	2	7	5	5	3	3	13	13	5	64
가계재무설계											1		5	1	2	1	2	4	3	2	21
시장환경의 이해											1	1		2	4	1	5	1	3	3	21
소비자의 효율적 의사결정			1	1		3	1	3	1	2	3	5	5	5	4	3	9	11	10	1	68
소비자문제와 소비자보호	1	1					2	5	4	2	2	3	3	2	2	3	4	8	11	1	54
소비자교육			1			1	1		1	1	1		1		1	2	2	2	3	2	19
기 타						1	1	2	5	1	9	11	6	7	11	16	5	21	27	17	140
합 계	2	1	2	1	1	5	8	12	13	6	22	24	27	26	34	29	35	64	73	32	417

〈표 12〉 연도에 따른 분석방법 추이

분석방법	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	합계
기술통계	1		1	1	1	4	8	9	12	5	20	22	22	21	29	28	33	57	61	29	364
F검증(MANOVA)				1			6	7	7	4	12	13	12	7	11	15	12	17	28	13	165
회귀분석						1	3	5	5	3	8	8	7	8	11	8	16	23	25	15	146
t-test			1			1	2	2	4	2	6	8	6	5	8	8	7	17	20	11	108
상관관계								4	2	2	6	8	4	6	7	3	8	12	18	9	89
$\chi^2$ 검증						2	2	3	3		5		5	1	5	5	1	7	8	7	54
요인분석								1	2		4	1	4	2	1	2	8	10	12	5	52
문헌고찰								3	1	1	2	2	5	5	5	1	2	7	11	3	48
기 타							1		2		1	3	4	5	3	5	3	3	12	6	48
경로분석								1		1	2			3	7	1	4	5	4	4	32
logit/probit/tobit분석											2	1	1	1	4	1	2	7	5	2	26
판별분석									1		2			1	1	1	3	5	3		17
군집분석													2	1	2		1	4	2	1	13
공분산구조분석								3	1	1	2	2	5	5	5	1	2	7	11	3	48
내용분석									2		1		3	1		1		2			10
실험							2						1			3	2		1		9
면접법						1	1							1	1		1	1		2	8

대해서도 꾸준히 연구되어 왔고 1997년부터는 급격히 증가되고 있다. 가계재무설계와 시장환경의 이해는 90년대부터 연구되기 시작하였고 소비자교육은 한 두편의 연구가 꾸준히 진행되고 있다.

#### 4. 분석방법 추이

소비자학 분야의 연구는 〈표12〉에서와 같이 양적 연구 일변으로 발전되어 왔으며, 가장 기본적인 기

술통계 이외에 F검증, 회귀분석, t-test, 상관관계,  $\chi^2$ 검증, 요인분석의 순으로 통계분석이 이루어졌다. 또한 logit/probit/tobit, 군집분석, 공분산구조분석은 1990년부터 적용되기 시작하여 통계분석의 다원화가 이루어지고 있음을 알 수 있다. 그러나 사회과학 전반에서 질적연구에 대한 관심이 높아지고 있는 추세는 소비자학분야에서 눈에 띄지 않으며 앞으로 연구방법의 다원화가 질적연구방법으로 이루어져야 한다는 것을 알 수 있다.

## V. 요약 및 결론

본 연구에서는 다학문단계에서 학제적 단계를 거쳐 단일학문단계로 이행하려는 소비자학의 지나온 발자취와 함께 앞으로의 연구의 전망을 살펴보기 위해 가정학 관련 학회지에 실린 소비자연구들을 내용분석하였다. 소비자학이 연구자의 주목을 받으며 연구되기 시작한 이래 본 연구에서는 1980년부터 1999년 8월까지 대한가정학회지, 한국가정관리학회지, 소비자학연구의 3개 학회지에 게재된 총 417편의 논문을 분석하였다.

분석 결과를 통해 지난 20여년 동안 우리나라의 소비자연구가 양적, 질적으로 급속히 성장해 왔음을 알 수 있다. 우선 양적 측면을 보면, 80년대까지 년 10여편안팎에 불과하던 소비자연구논문이 90년대에 들어서면서 연간 20편을 넘기 시작하였고, 1994년 이후로는 30편이 넘는 논문이 발표되었고 1997년에는 64편, 1998년에는 73편으로 그 수가 급속히 증가하였다. 이것은 1990년 한국소비자학회의 창립과 학회지의 창간, 그리고 교수업적 평가의 확산과 더불어 증간된 학회지의 영향이 크다고 할 수 있다.

둘째 연구주제의 동향을 살펴보면 의사결정과 정보탐색, 소비자주의와 소비자운동, 소비·소득·경제적 문제에 관한 연구가 가장 많이 이루어졌고, 경제수준이 높아짐에 따라 환경과 과소비 등에 대한 관심이 고조되면서 환경 및 처분행동, 소비성향에 관한 연구가 90년대에 이루어지고 있다. 반면 미국에서는 의사결정과 정보탐색, 시장구조 및 조직이 90년대 들어 다소 감소하고, 정책의 분석, 개발, 평가가 꾸준히 강세를 보이고 있는 것으로 나타남으로써 우리나라의 소비자연구가 거시적 접근보다 미시적 접근에 더 관심을 보이고 있음을 알 수 있다. 많은 논문들이 연구 결과를 논의한 후에 결과를 통해 정책입안자들에게 여러 가지 당부와 제언을 덧붙이는 형태를 띠고 있으나, 정책에 대한 심도 깊은 연구가 보다 더 많이 시도되어야 할 것이다. 한국소비자학회의 설립에 모체가 되었던 소비자학연구회에서 1990년에 설정한 주제영역에 대한 연구동향을 10년이 지난 현재 점검해 보면 소비자의 효율

적 의사결정, 가계의 구조와 경제적 복지, 소비자문제와 소비자보호에 연구가 집중되는 반면, 소비자선택이론과 소비자교육에 관한 연구는 매우 저조하다. 특히 기타에 1/3에 가까운 연구가 포함됨으로써 소비자학의 연구영역이 눈부시게 확장, 다양화되고 있음을 알 수 있는 동시에 소비자연구의 과거와 현재를 점검해 보고 앞으로의 전망을 내다보기 위해서는 소비자학의 연구영역에 대한 체계적이고 신중한 검토와 분류가 새롭게 이루어져야 할 것이다.

셋째 연구방법의 측면에서 보면, 우리나라의 소비자연구가 실증주의와 경험주의에 치우쳐 통계분석에 지나치게 의존하는 경향을 보이며 고급통계분석으로 발전되고 있는 한편, 90년대 후반에 들어서면서 실험연구, 내용분석, 다양한 질적 연구방법들이 서서히 시도되면서 소비자연구의 방법론에 신선한 자극을 주고 있다. 그러나 대부분의 연구의 제한점에서 “일반화의 어려움”을 지적함으로써 실증주의와 경험주의에 입각한 현재의 연구풍토의 체질 개선이 필요함을 확인시켜주고 있다.

20세기는 급속한 경제발전, 과학기술의 고도화, 정치사회의 변혁에 따라 인간의 의식과 생활양식에 많은 변화를 초래한 시기이다. 즉, 대량생산, 대량공급, 대량소비를 초래하였으며 이에 따라 소비생활문제가 확대되고 중요시되었다. 이로 인해 인간을 소비생활의 측면에서 포착한 개념인 ‘소비자’가 부각되기 시작하였고 ‘소비자학’이 하나의 독립과학으로 대두되었고 발전되었다. 본 연구는 이러한 시점에서 소비자학의 양적발전과 내적성장을 점검함으로써 소비자학이 바람직하게 발전할 수 있는 기틀을 마련하고 앞으로의 발전방향을 제시하고자 하였다. 연구의 결과를 살펴보면 결론적으로, 사회가 지식기반사회로 급속히 이전되고 세계가 지구촌시대를 맞으며 소비자의 소비환경은 새로운 국면에 접어들고 있고, 과학적 연구방법 일변도의 학문 풍토가 해석주의와 이성주의를 수용하며 풍요로운 지적 활동을 자극하는 세기말 이 시점에 소비자학 분야도 연구대상과 연구방법의 기존틀을 깨고 도약해야 할 준비를 서둘러야 한다는 인식과 발상의 전환이 요구된다.

## ■ 참고문헌

- 1) 「대한가정학회지」(1980-1999. 8)에 게재된 논문 중 소비자연구논문 146편.
- 2) 「한국가정관리학회지」(1984-1999. 6)에 게재된 논문 중 소비자연구논문 105편.
- 3) 「소비자학연구」(1990-1999. 6)에 게재된 모든 논문 166편.
- 4) 김용준·여정성·하영원(1999), 「「소비자학연구」지 게재논문 분류와 분석-창간호(1990)부터 9권 4호(1998)까지」. 소비자학연구 10(2).
- 5) 대한가정학회(1990), 가정학연구의 최신동향-소비자학분야. 교문사
- 6) 박혜경(1989), 소비자학. 형설출판사
- 7) 송인숙(1999), “소비자학 연구, 우리는 어디에 와 있는가?”. 한국가정관리학회 제 26차 학술대회 자료집
- 8) 이기춘(1988), 소비자교육학. 교문사
- 9) 이기춘 외 15인(1995), 소비자학의 이해. 학현사
- 10) 최은숙·이기춘·박명희·김기옥·윤정혜(1990), “소비자학의 성립과 연구영역”. 소비자학연구1(1).
- 11) Abdel-Ghany, M., Nickols, S. Y(1984), “Consumer, Consumption, and Family Management Research, 1972-82: Survey of the Past and Outlook for the Future”. Home Economics Research Journal. Vol.12, No.3.
- 12) Dolan, E. M. & Lawrence, F. C.(1996), “A Decade in Perspective 1985-94: A Content Analysis of the Journal of Consumer Affairs”. Consumer Interests Annual, ACCI, Vol. 42.
- 13) Geistfeld, L. V. & Key, R.(1986), “A Decade in Perspective 1975-84: Focus and Trends in the Journal of Consumer Affairs”. JCA Vol. 20, No. 1.
- 14) Gould, Stephen J.(1995), “Researcher Introspection as a Method in Consumer Research: Applications, Issues, and Implications”. JCR Vol. 21, March.
- 15) Helgeson, J. G., Kluge, E. A., Mager, J., Taylor, C.(1984), “Trends in Consumer Behavior Literature: A Content Analysis”. JCR Vol. 10 March.
- 16) Kassarjian, Harold H.(1977), “Content Analysis in Consumer Research”. JCR Vol. 4, June.
- 17) Kolbe, R. H. & Burnett, M. S.(1991), “Content-Analysis Research: An Examination of Applications with Directives for Improving Research Reliability and Objectivity”. JCR Vol. 18, September