

# 이동통신서비스의 소비자불평행동에 관한 연구

- 부산지역 대학생을 중심으로 -

## A study on consumer complaining behavior by mobile phone services

- Focused on college students in Pusan metropolitan city -

김 영 숙 · 심 미 영  
경성대학교 생활과학부 생활경영학전공

Kim, Young Sook · Sim, Mi Young  
Dept. of Living Science, Kyungsung University

---

### Abstract

This study is to focus on the users of mobile communication services in Pusan metropolitan city. First, this study measured the levels of consumer dissatisfaction and consumer complaining behavior. Second, this study analyzed a causal-effect on variables affecting consumer complaining behavior.

The findings of this study are as follows :

- 1) In area of contract and cost, variables directly and indirectly affecting consumer complaining behavior were sex, age, consumer knowledge, complaining behavior experience, attribution, and consumer dissatisfaction.
- 2) In area of use, variables directly and indirectly affecting consumer complaining behavior were sex, consumer knowledge, complaining behavior experience, attribution, and consumer dissatisfaction.
- 3) In area of services, variables directly and indirectly affecting consumer complaining behavior were sex, consumer knowledge, consumer function, complaining behavior experience, attribution, and consumer dissatisfaction.

**Key words** : mobile communication services, consumer complaining behavior, consumer dissatisfaction

### I. 서 론

최근 이동전화기의 수입자유화 등 제품공급량

증가와 이용자 수요의 증가로 이동전화기 이용  
율이 크게 증가하고 있는 추세이다. 특히, 1997년  
10월 PCS 서비스가 상용화되면서 이동전화의 수요

---

Corresponding author : Kim, Young Sook  
Tel. 051)620-4653, Fax. 051)611-2448  
E-mail : yskim@star.kyungsung.ac.kr

가 폭발적으로 증가하여 이동전화 서비스업무를 개시한 1984년 2,700명, 1996년 말 2700,000만 명, 1998년 12월 14,122천 명(중앙일보, 1998. 12. 27)으로 전체 인구(개략 4,600만 명)의 약 30% 이상이 이동전화를 사용하여 생활의 필수품으로 정착되고 있다. 이러한 이면에는 업계의 광고 과다경쟁과 소비자피해의 증가라는 부정적인 요소도 자리잡고 있어 소비자불만이 급증하고 있는 현실이다.

이동전화기 제조업체 및 통신서비스 업체의 광고 실태와 제품이용에 대한 문제점 및 소비자불만 실태조사에서 광고와 실제 사용경우에 있어서는 많은 차이가 있고, 주요 불만내용은 송·수신불량이 가장 많은 것으로 나타났다(한국소비자보호원, 1996).

이동전화기에 문제가 발생하였을 경우 이동전화기 제조업체와 통신사업자가 서로 책임을 전가하는 등 소비자만 피해를 보는 경우가 많으므로 사업자의 보다 적극적이고 충실한 사후 서비스체제로 소비자불만 해소를 위한 노력이 요구될 뿐만 아니라 소비자의 현명한 이용이 필요하다. 무엇보다 예방적인 차원에서 소비자 스스로 소비자 문제에 대처할 수 있는 소비자능력을 향상시키는 일은 중요하다고 볼 수 있다.

소비자보호원에 따르면, 1999년 우리 나라 한 가구 당 휴대폰 등 각종 전화요금은 한 달 평균 85,839원에 이른 것으로 조사되었다. 이 중 이동전화 사용요금이 47,463원으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 유선전화 사용요금이 33,766원, 인터넷 및 PC통신이 22,617원의 순으로 나타났다(한국소비자보호원, 2000).

이와 같은 현상은 도시 가계수지에서도 나타나는데, 1997년의 교통·통신비는 190,600원으로 8.1% 증가하여 전년의 증가율(21.8%)보다 13.7% 포인트 감소하였으나 이중 통신비는 34,900원으로 전년 대비 20.0% 증가하였으며(통계청, 1997), 1999년도 2/4분기의 통신비는 53,300원으로 1998년도 2/4분기의 416,00원에 비해 28.1% 증가하여 IMF임에도 불구하고 통신비는 지속적인 증가추세에 있다(통계청, 1999). 특히, 자녀가 많을수록 이동전화요금이 점점 증가하여(한국소비자보호원, 2000) 가계의 통신비 증가가 가계소비지출 구조에 영향을 미치고 있다.

이는 최근 이동전화 통신업계의 치열한 판촉경쟁으로 청소년들의 휴대폰 구입이 늘었기 때문이

다. 이러한 청소년층의 휴대폰 수요의 급증의 이면에는 이동통신 업체에 의한 경제적 능력이 없는 미성년자들의 이동통신서비스 가입과 관련한 피해사례가 급증하고 있다는 사실이다. 한국 소비자보호원(2000) 상담실에 접수된 올 1월 한 달 동안 미성년자와 관련된 소비자불만은 총 292건으로 나타나 이를 뒷받침해 주고 있다.

따라서 본 연구에서는 부산지역 대학생들을 중심으로 이동통신서비스 이용에 대한 소비자불만족과 소비자불평행동 수준을 측정하고, 소비자불만족과 불평행동의 영향요인 및 인구통계학적 변인, 소비자능력변인 및 소비자불만족과의 인과관계를 검증함으로써 이동통신서비스 이용에 따른 소비자문제점과 기업서비스 체제를 보완하기 위한 자료를 제공하는데 그 목적이 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 이동통신서비스의 소비자문제와 소비자불만족

최근 이동통신서비스 이용자의 증가로 인한 소비자문제의 대두로 소비자불만족이 급증하고 있는 추세이다. 이동통신서비스에 대한 소비자문제란 소비자가 이동통신서비스를 구입·계약하거나 이용하는 과정에서 발생하는 소비자피해라 할 수 있다.

1996년 10월에서 12월까지 조사한 소비자보호원의 이동전화 관련 광고 및 소비자불만 실태조사 결과에 의하면, 소비자들이 이동전화기를 구입할 때는 TV, 신문 등 대중매체의 광고를 보고 구입하는 경우가 많으나 광고와 실제 사용에서의 많은 차이를 경험하는 것으로 나타나 이동통신서비스 광고와 관련된 소비자문제도 증가를 예측할 수 있다.

98년 보고된 소비자보호원의 자료에 의하면 PCS가 등장한 97년의 경우 전년에 비해 9배 이상의 소비자문제가 증가하였으며, 소비자피해 유형으로 통화품질 불량, 이용요금의 과·오납, 중도해지문제, 미성년자 계약문제 등이 심각한 소비자문제로 제기되었다(www.cpb.or.kr/자료실).

한편, 휴대폰사용의 불만족을 연구한 김미경

(1996)은 휴대폰의 불만내용을 크기, 디자인, 잡음, 통화불능, 이용료, 사용복잡, 잦은 고장 영역으로 분류하여 조사한 결과 전반적으로 모든 영역에서 불만이 높은 것으로 나타났다. 특히, 통화불능, 이용료, 잡음 등에 대한 불만이 높은 것으로 나타났다.

이동통신서비스 이용에 대한 소비자만족도를 분석한 김영숙(1999)의 연구결과를 살펴보면, 전반적인 이동통신서비스 이용에 대한 소비자만족도는 매우 낮게 나타났다. 이것은 소비자의 이동통신서비스 이용에 대한 소비자불만이 높은 것으로 해석할 수 있으며, 하위영역별로 불평처리, 요금, 통화시간에서 불만족수준이 높은 것으로 나타났다.

## 2. 이동통신서비스에 대한 소비자불평행동

소비자불평행동이란 제품구매 후 평가가 불만족했을 경우 발생하는 것으로 불만족한 경험에 대한 소비자의 표현이며(Bearden & Teel, 1983), 구매시의 부정적인 불일치에 의해 기인된 불만족으로부터 발생한다. 즉, <그림 1>에서와 같이 제품의 성과가 예상된 수준 이하일 때 불만족이 발생하며, 불만족한 소비자는 부정적 재구매 의도를 가질 뿐만 아니라 다양한 형태의 불평행동을 보일 수 있다(이학식·안광호·하영원, 1997).

소비자불평행동은 소비자, 기업, 정부에 많은 의미를 갖는 행동이다. 소비자불평행동에 대한 기

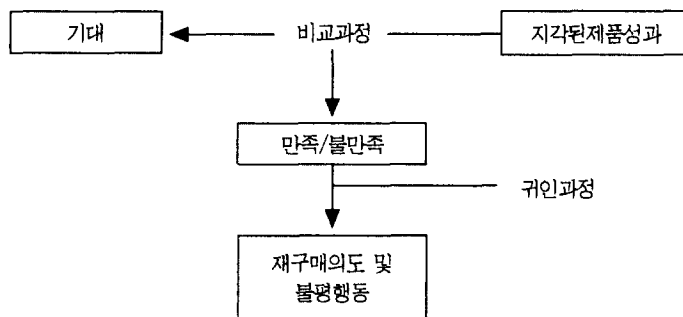
업들의 반응이 추후의 소비자의 그 기업에 대한 또는 그 기업의 상표나 제품에 대한 태도나 행동에 많은 영향을 미치고 있으며, 소비자불평행동에 대한 연구는 기업을 규제하고 소비자를 보호하려는 정부기관에도 중요한 의의를 갖는다.

이러한 소비자불평행동에 관한 학자들(Landon, 1977; Bearden & Teel, 1983 ; Jacoby & Jaccard, 1986)의 정의를 종합해 볼 때 소비자불평행동은 소비자문제 발생시 적극적, 긍정적으로 해결하고자 하는 행동의 의미를 포함하는 것이라 할 수 있다.

소비자불평행동은 소비자 스스로가 자기자신을 보호하려는 행동으로 연구자에 따라 다양하게 분류되지만 그중 Day & Landon(1977)의 분류가 가장 대표적으로 공개적인 불평행동을 하지 않고 그냥 지나쳐버리는 무행동과 가족, 친지 타인에게 경고, 구매중지, 상점 거부 등의 사적행동, 기업 제조업자에게 보상추구, 민간단체, 정부에 고발, 보상을 위한 법적 항의 등의 공적행동으로 분류된다(그림 2 참고).

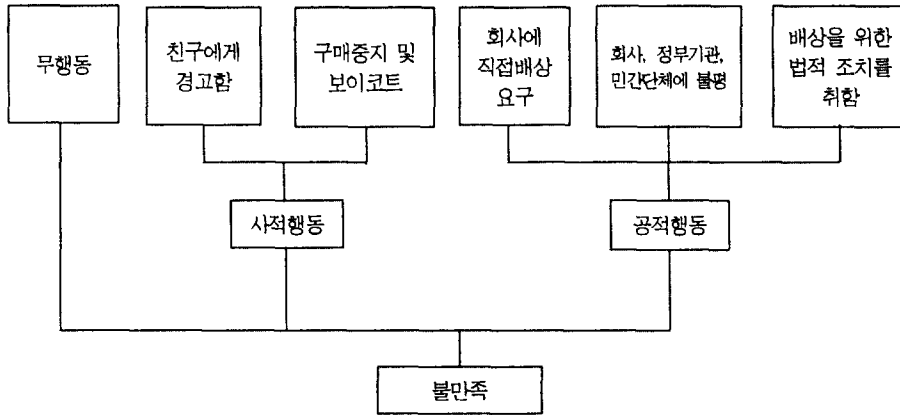
최근 이동통신서비스에 대한 높은 불만족 수준은 다양한 형태의 소비자 불평행동으로 나타날 수 있다.

이상의 고찰결과에 근거하여, 본 연구에서 이동통신서비스의 소비자불평행동은 Day & Landon(1977)의 분류에 따라 분류하였다. 즉, 아무런 행동을 취하지 않는 무행동, 친지·친구 등의 타인에게의 경고 및 이동통신서비스 및 단말기의 이용을 중지하는 등의 사적행동, 이동통신서비스 업체 및 단말기



<그림 1> 구매 후 행동 과정

자료 : 이학식·안광호·하영원, 소비자행동론, 법문사, 1997, p. 116



〈그림 2〉 소비자불평행동 유형

자료 : Ralph L. Day and Laird Landon, Jr., "Toward a Theory of Consumer Complaining Behavior", in Arch G. woodside, Jagdish N. Seth, and Peter D. Bennett, ed., Consumer and Industrial Behavior, New York : Elsevier North-Holland, 1977, p. 432.

제조업체에 보상추구 및 정부, 소비자단체에 고발 및 법적 항의 등의 공적행동으로 분류하였다.

### 3. 소비자불평행동의 영향요인

소비자불평행동의 영향요인으로 인구통계적 변인, 소비자능력 변인, 불평행동경험, 귀인, 소비자불만족을 중심으로 소비자불평행동과의 관계를 고찰하였다.

#### 1) 인구통계적 변인

성별에 따른 소비자불평행동의 연구결과를 살펴보면, 대학생들 중심으로 연구한 이상협(1986)의 연구에서는 여학생이 남학생보다 더 불평행동을 많이 하는 것으로 나타났는데, 이는 여학생이 남학생 보다 자신의 불만을 외적으로 표현하는데 적극적인 행동을 하기 때문이라고 해석하였다. 휴대폰 사용행동을 중심으로 연구한 김미경(1996)의 연구결과는 남성보다는 여성이 불평행동에 더 적극적이었다고 밝히고 있다.

연령과 소비자만족과의 관계를 살펴보면, Webster(1974)와 이경희(1992)의 연구에서는 연령이 높을수록 소비자만족 정도가 높은 것으로 나타났다.

연령과 소비자불평행동의 관계를 살펴보면 Mason & Bearden(1979), Miller & Petrich(1986)의 연구에서는 연령이 높을수록 불평행동은 낮아지고 반면 박진영(1988)의 연구에서는 반대의 결과를 나타내었다. 김미경(1996)의 연구에서 연령은 소비자불평행동과 관련성이 없는 것으로 나타났다.

#### 2) 소비자능력 변인

소비자능력이란 개인이 다양한 소비활동의장에서 적절하게 역할수행을 할 수 있게 하는 역량 또는 능력으로서 소비자의 역할을 현명하게 효율적으로 수행하기 위해 필요한 소비자지식, 소비자태도, 소비자기능의 총체이다. 이중 소비자지식은 인지적 영역에 해당하며, 소비자태도는 정의적 영역이며, 소비자기능은 실천적 영역을 포함하는 포괄적 개념이다(이기춘, 1999).

소비자능력과 소비자불평행동과 관련된 연구결과를 살펴보면, 이진국(1996)의 연구에서 소비자지식은 소비자불평행동에 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 소비자태도의 경우, 적극적인 소비자태도를 가진 사람들이 보다 많은 불평행동을 하는 것으로 나타났으며(Barnes & Kelloway, 1980 ; Kolodinsky, 1992), 소비자기능이 높을수록 적극적인 불평행동을 하는 것으로 나타났다(류미현 · 이승신, 1995).

### 3) 불평행동경험

Prakash(1991)는 소비자가 불평행동에 대한 사전경험이 많을수록 불평행동과의 관계가 강하다고 했으며, 박광순(1994)도 불평행동에 대한 과거의 경험이 많은 집단이 적은 집단 보다 불평행동의 빈도가 더 높다고 하였다. 류미현(1997)의 연구결과에 따르면, 과거 불평에 대한 경험은 소비자불평행동에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 불평에 대한 경험수준이 높을수록 소비자불평행동의 수준은 높은 것으로 나타났다.

### 4) 귀인

귀인이론에 의하면 소비자는 구매후 자신의 행동을 정당화시킬 수 있는 이유를 탐색하고 그것에 의해 자신의 구매후 태도를 형성 또는 변경한다. 따라서 구매한 제품이 기대를 충족시키지 못한 경우라도 실패의 원인과 책임소재 등에 대한 소비자의 지각여하에 따라 구매후 태도는 긍정적일수도 있고 부정적일 수도 있다(김종의, 1999). 귀인과 관련된 연구결과를 살펴보면, 제품이 기대 이하 일 때, 그 원인이 자신에게 있다고 생각되는 것보다, 제조업자에게 있다고 생각할 때 더 불평을 할 확률이 높아진다(김미경, 1996).

### 5) 소비자불만족

소비자불만족은 소비자가 제품이나 서비스를 사용하는 중에 혹은 사용한 후에 평가의 결과로 사용 성과가 사용전의 기대수준보다 낮을 때 경험하는 심리적 불만족상태를 의미한다. 최근 소비자만족·불만족에 대한 구조는 단일차원의 관점으로 파악하려는 개념이 지배적이다(Maddox, 1981; Churchill & Suprenant, 1982; 서정희, 1995; 류미현, 1997; 이은희·민남희, 1999).

소비자불만족에 관련된 연구들을 고찰한 결과, Steven & Richard(1989)의 연구에서는 불만족의 정도가 강한 소비자의 경우 불평과 구전행위가 높게 나타나고 있는 것으로 나타났다. Day & Landon(1977)의 연구에 의하면, 소비자는 불만족 수준이 높을 때, 불평행동을 제기할 가능성이 높다. 그러나 사람들은 모든 것이 항상 완벽할 수만은 없다는 것을 인정하기 때문에 약간의 문제점에 대해서는 크게 불만을 나타내지 않지만 불

만족수준이 높아지면 심각한 반응을 보이는 것이 일반적인 현상이다(김종의, 1999). 또한 가전제품 구매자를 중심으로 연구한 류미현(1997)의 연구결과 소비자불만족은 불평행동에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 소비자불만족이 높을수록 불평행동이 높은 것으로 나타났다. 휴대폰 사용후 불만족 수준과 불평행동과의 관계를 연구한 김미경(1996)의 연구결과에 따르면, 불만족할 경우 소비자불평행동으로 직접행의나 사적 불평행동의 수준이 높게 나타났다.

이상의 소비자불평행동의 영향요인들을 고찰해 볼 때, 소비자불평행동은 소비자불만족을 매개로 인과적 관계를 가진다고 볼 수 있으므로, 본 연구에서는 이러한 관계들을 토대로 경로모형을 설정하여 인과모형을 검증하고자 한다.

## III. 연구방법

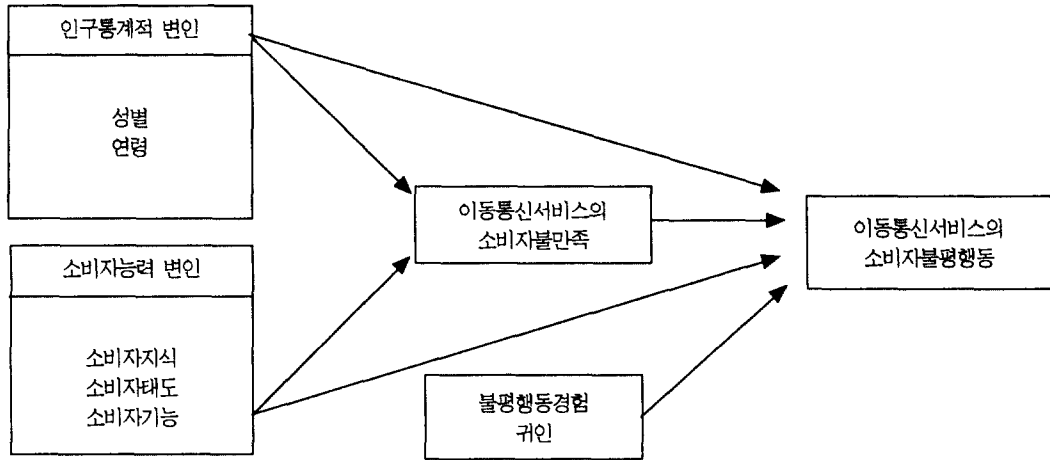
이상의 이론적 배경을 토대로 연구문제를 설정하였으며, 이러한 연구문제의 수행을 위한 측정도구 및 측정방법, 조사대상 및 자료수집방법, 자료의 분석방법을 제시하면 다음과 같다.

### 1. 연구문제 및 경로모형

- <연구문제 1> 이동통신서비스에 대한 소비자불만족의 하위영역은 어떻게 구성되는가?
- <연구문제 2> 이동통신서비스에 대한 소비자불만족 및 소비자불평행동의 수준은 어느 정도인가?
- <연구문제 3> 이동통신서비스에 대한 소비자불만족과 소비자불평행동의 영향요인은 무엇이며, 이들 변인간에는 인과관계를 가지는가?

### 2. 측정도구 및 측정방법

인구통계적 변인은 성별과 연령으로 구성하였



〈그림 3〉 경로모형

다. 소비자능력은 이기춘(1999)의 정의에 따라 인지적 영역인 소비자지식, 정의적 영역인 소비자태도, 실천적 영역인 소비자기능의 3가지 하위영역으로 구성하였다.

이에 대한 문항의 구성은 류미현(1997), 김영신(1991) 등의 연구를 참고로 재구성하였으며, 동일한 방법으로 측정하였다. 즉, 소비자지식에 관한 문항은 표시, 계약취소, 품질보증기간, 가격표시제, 상품보증에 관한 질문을 던져 '맞다' 1점, '틀리다' 0점, '모르겠다' 0점의 5문항으로 구성하였다. 소비자태도는 소비자안전, 기업의 공정거래, 정보수집, 광고, 소비자책임에 관한 5문항으로 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점 likert 척도로 구성하였다. 소비자기능은 소비자의 정보이용, 상담센터 이용, 상품비교, 상품평가, 소비자책임적 행동에 관한 5문항으로 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점 likert 척도로 구성하였다.

불평행동경험은 류미현(1997)의 연구를 참고로 최근 3년 동안 제품에 대한 불평행동의 경험횟수로서 측정하였다.

귀인에 관한 문항은 김미경(1996)의 연구를 참고로 휴대폰에 대한 불만의 원인이 자신, 이동통신기기 제조회사, 이동통신서비스 업체에 있는지에 대해 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다' 5점의 Likert 척도로 구성하였다.

이동통신서비스에 대한 소비자불만족 수준을 측정하기 위하여 소비자보호원의 이동통신서비스에 대한 소비자문제 실태보고서(www.cpb.or.kr/자료실)를 중심으로 가장 소비자문제를 많이 경험한 10개의 영역(송수신 상태, 배터리 사용시간, 부가서비스, 대금결제, 이동통신기기의 가격, 계약, 광고, 전원불량, 고장에 대한 서비스, 사용방법)을 중심으로 소비자불만족 수준을 측정하였다. 측정 방법은 5점 Likert 척도를 이용하여 '매우 만족' 1점에서 '매우 불만족' 5점으로 점수화하여 요인분석하였으며, 요인분석결과 분류된 문항을 중심으로 하위영역을 구성하였다.

소비자불평행동은 소비자불만족에서 측정한 10가지 영역에 대하여 Day & Landon(1977)의 분류를 근거하여 분류하였다. 측정방법은 류미현(1997)의 연구에서 사용한 측정법과 동일한 방법을 사용하여 '무행동'에 1점, '사적행동'에 2점, '공적행동'에 3점, '공적과 사적행동'을 같이 하였을 경우 4점으로 가중치를 주어 측정하였으며, 소비자불만족의 요인분석에서 분류된 하위영역에 따라 문항별 점수를 합산하여 소비자불평행동의 하위영역을 분류하였다.

### 3. 조사대상 및 자료의 수집

조사대상은 이동통신서비스의 이용이 가장 높

을 것으로 기대되는 부산시에 거주하는 대학생들을 중심으로 설문조사하였다. 예비조사는 1999년 9월 1일에서 9월 10일까지 100명을 대상으로 실시되었으며, 분석결과를 중심으로 일부 문항을 수정·보완하여 사용하였다.

본 조사는 1999년 10월 16일부터 10월 30일까지 임의 표본추출법을 이용하여, 부산지역에 위치하고 있는 K대, D대 등 2개의 4년제 대학과 P대, D대 등 2년제 대학의 이동통신서비스를 이용하고 있는 대학생들에게 1,000부의 설문지를 배부하였다. 이중 879부를 회수하였으며, 부실기재되거나 신뢰성이 떨어지는 124부와 조사대상의 범주에서 벗어나는 74부를 제외한 683부를 최종분석에 이용하였다.

#### 4. 자료의 분석 방법

수집된 자료의 분석은 SPSS Win 8.0 Program을 이용하며, 조사대상자의 일반적 특성 및 소비자불만족 및 소비자불평행동 수준을 파악하기 위하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차를 산출하였으며, 이동통신서비스에 대한 소비자불만족의 하위영역을 분류하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 연구문제의 분석을 위하여 Stepwise 방식에 의한 중회귀분석, Pearson의 적률상관분석 및 경로분석을 실시하였다.

### IV. 결과분석

#### 1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 분석한 결과는 <표 1>

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성

변인	집단	N	%
연령	10대 후반	118	17.3
	20대	564	72.7
성별	남	207	30.3
	여	476	69.7

과 같다.

<표 1>에서 살펴보면, 연령은 10대 후반이 전체 응답자의 17.3%로 나타났으며, 20대가 72.7%로 나타났다. 성별에 따른 분포를 살펴보면, 남성이 전체 응답자의 30.3%, 여성이 69.7%였다.

#### 2. 이동통신서비스에 대한 소비자불만족의 하위영역

이동통신서비스에 대한 소비자불만족의 하위요인을 분류하기 위하여 소비자문제경험의 문항들에 대하여 eigenvalue 1.0 이상으로 varimax회전 방식에 의한 요인분석을 실시한 결과 3개의 요인을 추출하였다(표 2 참고).

요인분석결과 4개의 문항이 요인1에, 3개의 문항이 요인2에, 3개의 문항이 요인3에 포함되었으며, 이 3개의 요인에 의한 설명력은 전체변량의 56.3%로 나타났다. 요인1은 계약, 대금결제, 가격, 광고 등과 같은 문항에 요인부하값이 높게 나타나 계약 및 비용관련 문제로 명명하였으며, 요인2는 전원불량, 고장, 사용복잡 등과 같은 문항에 요인부하값이 높게 나타나 사용관련 문제로 명명하였으며, 요인3은 송신불량, 밧데리 사용시간, 부가서비스 등에 요인부하값이 높게 나타나 서비스관련문제로 명명하였다.

#### 3. 이동통신서비스의 소비자불만족 및 소비자불평행동 수준

소비자불만족 및 소비자불평행동 수준을 분석하기 위하여 각 하위 요인별로 평균 및 표준편차를 산출하였다. 비교의 용의를 위하여, 요인분석에서 분류된 하위영역을 중심으로 포함된 각

〈표 2〉 이동통신서비스에 대한 소비자불만족의 요인분석

문항내용	factor1	factor2	factor3	variance
계약	.779			19.731
가격	.730			
대금결제	.652			
광고	.509			
사용복잡		.775		38.619
고장		.750		
전원불량		.592		
송신불량			.807	56.312
بات데리사용시간			.778	
부가서비스			.579	
eigenvalue	3.328	1.186	1.117	

〈표 3〉 소비자불만족 및 소비자불평행동 수준

영역	항목	소비자불만족		소비자 불평행동	
		M	S. D	M	S. D
계약 및 비용	계약	3.42	.85	.87	.91
	가격	3.60	.87	.94	.88
	대금결제	3.06	.81	.83	.93
	광고	2.97	.80	.70	.86
	소계	3.26	.58	.83	.74
사용	사용복잡	2.79	.75	.76	.87
	고장	3.16	.93	1.05	.95
	전원불량	2.92	.88	.79	.86
	소계	2.95	.64	.86	.74
서비스	송신불량	3.48	.93	1.30	.79
	بات데리사용시간	3.56	1.02	1.06	.84
	부가서비스	3.28	.81	.86	.86
	소계	3.43	.71	1.07	.67
	전체	3.21	.50	.91	.64

문항의 점수를 합산한 후 문항수로 나누어서 평균과 표준편차를 산출하였으며, 그 결과는 <표 3>과 같다.

소비자불만족의 전반적인 수준은 중간을 상회(M=3.21)하는 것으로 나타났으며, 소비자불평행동의 수준(M=.91)은 낮다고 볼 수 있다.

하위영역별로, 소비자불만족 수준을 살펴보면, 서비스영역의 소비자불만이 가장 높은 것으로 나

타났으며, 항목별로는 이동통신기기의 가격과 배터리 사용시간에서 소비자불만족이 높게 나타났고, 그밖에 송·수신불량, 계약 등에서 소비자불만족이 높은 것으로 나타났다.

소비자불평행동의 경우 역시, 서비스 영역에서 다소 소비자불평행동 수준이 높게 나타났다. 항목별로 살펴볼 때, 송수신불량, 배터리 사용시간, 고장의 순으로 소비자불평행동이 높은 것으로 나타났다.



<표 4> 계약 및 비용관련 영역의 경로 분석을 위한 회귀분석

독립	종속	소비자불만족		소비자불평행동	
		B	$\beta$	B	$\beta$
성별				-.165	-.102**
연령		.031	.105**		
소비자지식				.090	.104**
불평행동경험				.323	.218***
소비자불만족				.373	.292***
constant		2.585		-.299	
R <sup>2</sup>		.011		.169	
F-value		7.623***		34.362***	

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001

\* 성별은 Dummy변인으로 처리: 준거집단(남=0)

\* 불평행동경험은 회귀분석에 횡수로 측정하여 투입

#### 4. 이동통신서비스의 소비자불만족 및 불평행동의 영향요인과 그 인과적 관계

이동통신서비스의 소비자불만족 및 불평행동의 영향요인을 분석하기 위하여 경로모형에 포함된 변인을 중심으로 Stepwise 방식에 의한 중회귀분석을 실시하였으며, 그 인과적 관계를 검증하기 위하여 경로분석을 실시하였다. 중회귀분석에서 독립변인들의 다중공선성 문제를 검토하기 위하여 분산확대지수 및 상태지수를 산출한 결과 다중공선성의 문제는 제기되지 않는 것으로 나타났다.

##### 1) 계약 및 비용

계약 및 비용관련 영역의 소비자불평행동의 인

과관계를 분석한 결과는 <표 4>, <표 5>와 같다. 계약 및 비용관련 영역의 소비자불만족을 종속변인으로 하여 영향을 미치는 변인들에 대한 회귀분석결과, 연령이 영향을 미치는 변인으로 나타났다.

계약 및 비용관련영역의 소비자불평행동을 종속변인으로 하여 영향을 미치는 변인들에 대한 회귀분석 결과, 소비자불평행동에 영향을 미치는 변인으로는 소비자불만족, 불평행동경험, 소비자지식, 성별의 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

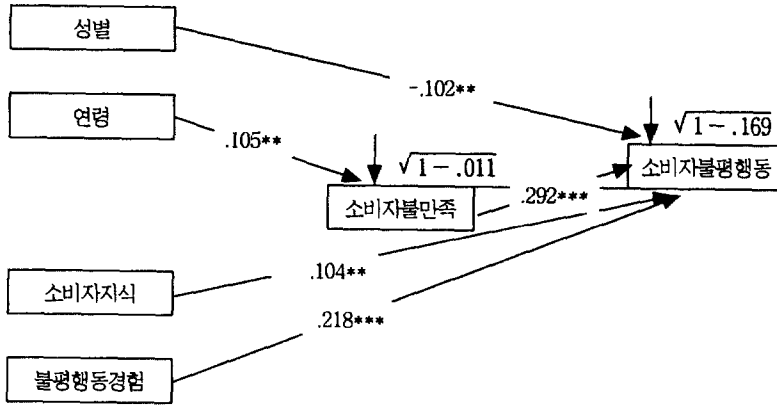
계약 및 비용관련 영역의 소비자불만족과 소비자불평행동의 인과관계를 파악하기 위하여, 내생변인이 외생변인에 미치는 효과를 직접효과와 간접효과로 분류하여 산출하였다.

소비자불만족에 영향을 미치는 변인은 연령으로

<표 5> 계약 및 비용관련 영역의 경로분석표

종속 변인	독립변인	총효과	비인과적 효과	인과적 효과		
				전체효과	직접효과	간접효과
소비자 불만족	연령	.105**		.105	.105	
소비자 불평 행동	성별	-.127**	-.025	-.102	-.102	
	연령	.039	.008	.031		.031
	소비자지식	.148**	.044	.104	.104	
	불평행동경험	.236***	.018	.218	.218	
	소비자불만족	.321***	.029	.292	.292	

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001



〈그림 4〉 계약 및 비용관련 영역의 경로도

서 직접적 효과를 가지는 것으로 나타나 연령이 높을수록 소비자불만족은 높게 나타났다.

다음으로 소비자불평행동에 영향을 미치는 변인을 분석한 결과 성별, 연령, 소비자지식, 불평행동경험, 소비자불만족이 영향을 미치는 변인으로 나타났다.

이 중 성별, 소비자지식, 불평행동경험, 소비자불만족은 소비자 불평행동에 직접적 영향을 미치는 것으로 나타났고, 소비자불평행동에 가장 큰 영향을 미치는 변인은 소비자불만족이며, 다음으로 불평행동경험으로 나타났다. 소비자불만족 수

준이 높을수록, 불평행동경험이 높을수록, 소비자지식이 높을수록, 남성일수록 소비자불평행동 수준은 높은 것으로 나타났다.

연령은 소비자 불평행동에 영향을 미치지 않지만, 소비자불만족을 경유한 간접적인 정적 영향을 미치는 것으로 나타나 연령이 높을수록 소비자불만족 수준이 높으며 이를 통한 소비자불평행동 수준이 높아진다.

2) 사용

사용관련 영역의 소비자불평행동의 인과관계를

〈표 6〉 사용관련 영역의 경로 분석을 위한 회귀분석

독립	종속	소비자불만족		소비자불평행동	
		B	$\beta$	B	$\beta$
성별				-.137	-.084*
연령		.026	.077*		
소비자지식		-.521	-.145***		
불평행동경험				.407	.272***
귀인(이동통신)				.070	.076*
소비자불만족				.244	.210***
constant		2.737		-.485	
R <sup>2</sup>		.023		.142	
F value		7.855***		27.907***	

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001

\* 성별은 Dummy변인으로 처리 : 준거집단(남=0)

\* 불평행동경험은 회귀분석에 횡수로 측정하여 투입

<표 7> 사용관련 영역의 경로분석표

종속 변인	독립변인	총효과	비인과적 효과	인과적 효과		
				전체효과	직접효과	간접효과
소비자 불만족	소비자지식	-.175**	.039	-.136	-.136	
	연령	.063	-.014	.077	.077	
소비자 불평 행동	성별	-.095*	-.011	-.084	-.084	
	연령	-.010	-.026	.016		.016
	소비자지식	.092	.121	.029	-	-.029
	불평행동경험	.283***	.012	.272	.272	
	귀인(이동통신)	.118**	.042	.042	.076	
	소비자불만족	.230***	.020	.210	.210	

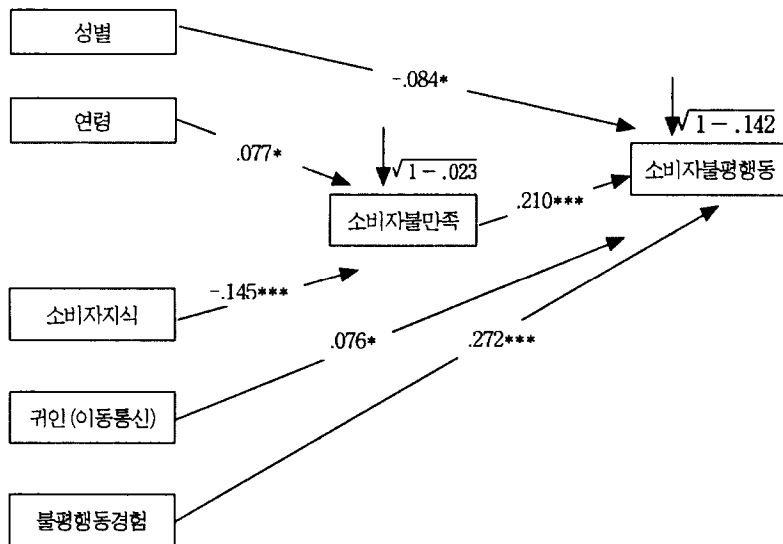
\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001

분석한 결과는 <표 6>, <표 7>과 같다. 사용관련 영역의 소비자불만족을 종속변인으로 하여 영향을 미치는 변인들에 대한 회귀분석결과, 연령과 소비자지식으로 나타났다.

사용관련 영역의 소비자불평행동을 종속변인으로 하여 영향을 미치는 변인들에 대한 회귀분석결과, 소비자불평행동에 영향을 미치는 변인으로는 불평행동경험, 소비자불만족, 성별, 귀인(이동통신)의 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

사용관련 영역의 소비자불만족과 소비자불평행동의 인과관계를 파악하기 위해 내생변인이 외생변인에 미치는 효과를 직접효과와 간접효과로 분류하여 산출하였다.

사용관련 영역의 소비자불만족에 영향을 미치는 변인은 연령과 소비자지식으로 직접효과만을 가진다. 즉, 연령은 소비자불만족에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 연령이 높을수록 소비자불만족은 높게 나타난 반면, 소비자지식을 부적효



<그림 5> 사용관련 영역의 경로도

〈표 8〉 서비스관련 영역의 경로 분석을 위한 회귀분석

독립	종속	소비자불만족		소비자불평행동	
		B	$\beta$	B	$\beta$
성별				-.126	-.086*
소비자지식		-.406	-.097*		
소비자기능				.118	.098**
불평행동경험				.330	.244***
귀인(자신)				.062	-.071*
소비자불만족				.233	.246***
constant		3.697		-.313	
R <sup>2</sup>		.009		.168	
F-value		6.416***		27.171***	

\* p&lt;.05, \*\* p&lt;.01, \*\*\* p&lt;.001

\* 성별은 Dummy변인으로 처리: 준거집단(남=0)

\* 불평행동경험은 회귀분석에 횡수로 측정하여 투입

과로서 소비자지식이 낮을수록 불만족 수준이 높은 것으로 나타났다.

다음으로 사용관련 영역의 소비자불평행동에 영향을 미치는 변인을 분석한 결과 성별, 연령, 소비자지식, 불평행동경험, 귀인(이동통신), 소비자불만족이 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 이 중 가장 큰 영향을 미치는 변인은 불평행동경험과 소비자불만족이었다.

성별, 불평행동경험, 귀인(이동통신), 소비자불만족은 소비자불평행동에 직접효과만을 나타내어 남성일수록, 불평행동 경험이 높을수록, 불만족에 대한 책임과 원인이 이동통신회사에 있다고 생각할수록, 소비자불만족이 높을수록 소비자불평행동은 높은 것으로 나타났다.

연령과 소비자지식은 소비자불평행동에 직접적 효과는 가지지 않지만 소비자불만족을 통한 간접적 효과를 가지는 것으로 나타났다.

### 3) 서비스

서비스관련 영역의 소비자불평행동의 인과관계를 분석한 결과는 <표 8>, <표 9>와 같다.

서비스관련 영역의 소비자불만족을 종속변인으로 하여 영향을 미치는 변인들에 대한 회귀분석결과, 소비자지식이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

서비스관련 영역의 소비자불평행동을 종속변인으로 하여 영향을 미치는 변인들에 대한 회귀분석결과, 불평행동경험, 소비자불만족, 소비자기능, 성별, 귀인

(자신)의 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

서비스관련 영역의 소비자불만족과 소비자불평행동의 인과관계를 파악하기 위해 내생변인이 외생변인에 미치는 효과를 직접효과와 간접효과로 분류하여 산출하였다.

서비스관련 영역의 소비자불만족에 영향을 미치는 변인은 소비자지식으로 나타났으며, 소비자지식은 직접효과만을 가진다. 즉, 소비자지식이 낮을수록 소비자불만족은 높은 것으로 나타났다.

다음으로 서비스관련 영역의 소비자불평행동에 영향을 미치는 변인을 분석한 결과 성별, 소비자지식, 소비자기능, 불평행동경험, 귀인(자신), 소비자불만족이 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 이 중 가장 큰 영향을 미치는 변인은 불평행동경험과 소비자불만족으로 나타났다.

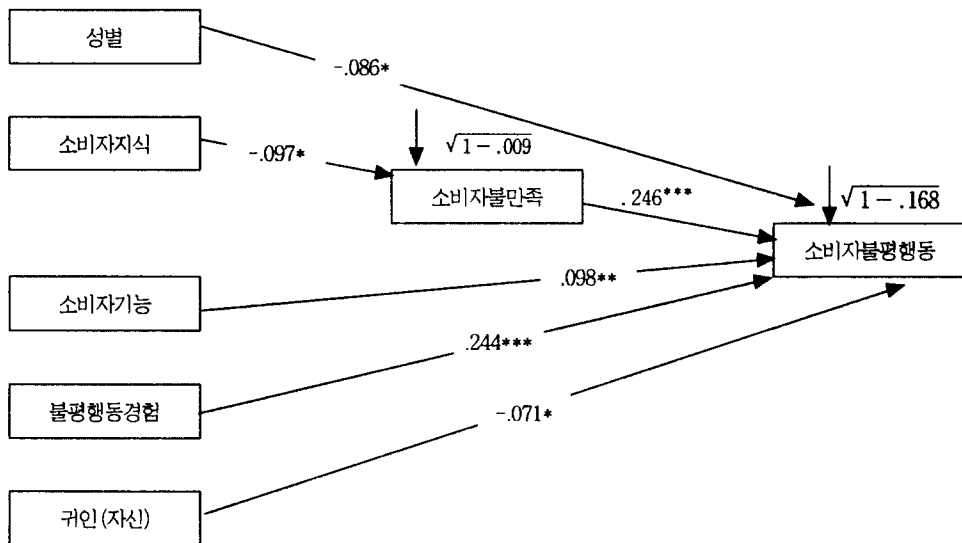
성별, 소비자기능, 불평행동경험, 소비자불만족은 소비자불평행동에 직접효과만을 나타내어 남성일수록, 소비자기능 높을수록, 불평행동 경험이 높을수록, 소비자불만족이 높을수록 소비자불평행동은 높은 것으로 나타났다. 또한 귀인(자신)은 소비자불평행동에 직접적 효과뿐만 아니라 소비자불만족을 경유한 간접적 효과를 나타내었다. 소비자불만족에 대한 책임과 원인이 자신에게 없다고 생각할수록 불평행동 수준이 높아짐으로서 소비자 불만족을 증가시켜 소비자불평행동이 높아진다고 볼 수 있다.

소비자지식은 소비자불평행동에 직접적 효과는

〈표 9〉서비스관련 영역의 경로분석표

종속 변인	독립변인	총효과	비인과적 효과	인과적 효과		
				전체효과	직접효과	간접효과
소비자불만족	소비자지식	.136**	-.039	-.097	-.097	
소비자 불평 행동	성별	-.078*	.008	-.086	-.086	
	소비자지식	.083	.059	.024		.024
	소비자기능	.128**	.030	.098	.098	
	불평행동경험	.291***	.047	.244	.244	
	귀인(자신)	-.125**	.019	-.106	-.071	-.035
	소비자불만족	.280***	.034	.246	.246	

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001



〈그림 6〉 서비스관련 영역의 경로도

가지지 않지만, 소비자불만족을 통한 간접적 효과를 가지는 것으로 나타났다.

### V. 논의 및 결론

본 연구는 부산지역 대학생들을 중심으로 이동통신서비스 이용에 대한 소비자불만족 및 소비자불평행동 수준을 측정하고, 소비자불평행동과 인구

통계학적 변인, 소비자능력 변인, 소비자불만족과의 인과관계를 검증함으로써 이동통신서비스 이용에 따른 소비자문제점과 기업 서비스체제를 보완하기 위한 자료를 제공하는데 그 목적이 있다.

본 연구의 논의와 결론을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 이동통신서비스에 대한 소비자불만족의 요인분석 결과, 소비자불만족의 하위영역은 계약 및 비용, 사용, 서비스관련 영역으로 분류되었다. 이동통신서비스에 대한 소비자불만족 수준을 분석한 결과 불만족수준은 중간을 상회하는 정도로

나타난 반면, 소비자불평행동 수준은 중간이하에 못 미치는 수준으로 낮게 나타나, 이동통신서비스에 대한 개선이 필요하며, 이와 함께 이동통신서비스에 대한 소비자문제가 발생했을 경우, 스스로 대처할 수 있는 대응행동 능력을 향상시킬 수 있도록 하여야 할 것이다.

둘째, 인구통계적 변인 중 성별의 경우, 소비자불만족에 영향을 미치지 않지만 소비자불평행동에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 남성이 여성보다 모든 하위영역에서 소비자불평행동이 높게 나타났다. 이러한 결과는 소비자불평행동을 연구한 이상협(1996), 김미경(1996)의 연구결과와는 대조적인 것으로 남성의 경우, 여성보다 소비자문제경험이 많고 소비자문제경험의 과다노출로 인해 소비자불만족이 높다는 김영숙(2000)의 결과를 반영하는 것이다. 결국 남성의 높은 불만족 수준은 소비자불평행동을 야기시킨다고 볼 수 있다.

또한 계약 및 비용관련 영역에서 연령은 소비자불만족에 영향을 미침으로서 소비자불평행동에 간접적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Webster(1974), 이경희(1992)의 연구결과와는 대조적인 것으로 이러한 결과들을 통해서 볼 때, 이동통신서비스와 관련된 소비자불만족은 연령이 높을수록 높으며, 이를 통한 소비자불평행동 수준이 높다고 볼 수 있다. 연령이 낮은 청소년 집단들에 대하여 이동통신서비스의 계약과 관련된 소비자문제 유형과 대처방안에 대한 소비자지식을 중심으로 하는 소비자교육이 필요하다.

셋째, 소비자지식은 소비자불만족과 소비자불평행동에 직·간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 소비자지식이 낮을수록 소비자불만족 수준이 높아지므로 이동통신서비스로 인한 소비자보호에 대한 소비자지식의 제공이 이루어져야 할 것이다. 이러한 소비자지식의 내용은 이동통신서비스의 계약, 대금결제, 서비스에 대한 내용으로 구성되어야 할 것이다.

넷째, 귀인의 경우, 이동통신서비스에 대한 불만족의 책임과 원인이 사용영역에서는 이동통신회사에 있다고 생각할 수록, 서비스영역에서는 자신에게 책임이 없다고 생각할수록 소비자불만족 정도가 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 제

품이 기대이하일 때 그 원인이 자신에게 있다고 생각되는 것보다는 이동통신회사에 있다고 생각할 때 더 불평행동이 높다는 김미경(1996)의 연구결과와도 일치한다. 이러한 결과를 통해서 볼 때, 이동통신서비스 업체의 경우, 계약관계, 대금결제 및 서비스제공에 대한 고객 지향적인 경영전략이 요구된다.

다섯째, 불평행동경험과 소비자불만족은 소비자불평행동은 가장 큰 영향을 미치는 변인으로서 소비자불평행동의 결정요인으로 볼 수 있다. 이러한 연구결과는 Prakash(1991), 박광순(1994), 류미현(1997)의 연구결과와도 일치한다. 즉, 불평행동경험이 높을수록 소비자불평행동 경험도 높게 나타난 것은 학습의 효과로서 지속적인 소비자정보 및 교육의 제공을 통하여 소비자문제 발생 시 대처능력을 학습할 수 있도록 해야 할 것이다.

또한 소비자불만족은 소비자불평행동에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타나므로 이동통신서비스 이용에 관한 소비자문제와 소비자불만의 해결을 위하여 우선적으로 소비자피해의 실태와 소비자욕구를 파악해야한다. 이와 함께 기업의 광고의 과다경쟁으로 인해 소비자가격 및 제품 등에 관련된 피해를 입지 않도록 바람직한 규제를 철저히 시도하여야 한다.

**주제어 :** 이동통신서비스, 소비자불평행동, 소비자불만족

## 참 고 문 헌

- 김경자(1986). 소득계층별 비교를 통한 저소득층 소비자문제에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김무성(1991). 소비자의 불평행동에 관한 실증적 연구, 청주대학교 대학원 석사학위논문.
- 김미경(1996). 휴대폰 사용후 불만족에 따른 소비자불평행동에 관한 연구, 대구효성가톨릭대학교 대학원 석사학위논문.
- 김선주(1993). 노인의 소비자문제와 불평행동에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

- 김성숙(1989). 도시저소득층의 소비자문제지각과 관련요인 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김영숙(1999). 이동통신서비스 이용에 대한 소비자 만족도 분석, 경성대학교 논문집 제20권 2권.
- 김영숙(2000). 이동통신서비스이용에 따른 소비자 문제경험 및 대응행동에 관한 연구, 소비문화연구 제 3권 1호.
- 김영신(1991). 소비자문제의 유형별 경험에 관한 연구, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 김종의(1999). 소비자행동론. 형설출판사.
- 류미현(1997). 소비자문제 및 불만족에 따른 대응 행동, 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 류미현 · 이승신(1994). 소비자문제경험에 관한 연구 : 가전제품을 중심으로, 소비자학연구, 5권 2호.
- 류미현 · 이승신(1995). 소비자문제경험과 그 대응 행동에 관한 연구, 대한가정학회지 33(1).
- 문성애(1991). 청소년 소비자문제의 경험 및 관련 변수, 충남대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 박광순(1994). 소비자 불평행동의 영향요인에 관한 실증적 연구, 경남대학교 대학원 박사학위논문.
- 박진영(1989). 소비자 불평행동에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 서정희(1995). 의료서비스에 대한 소비자만족과 불만호소, 대한가정학회지 33(2).
- 성지미(1988). 저소득층의 소비자기능과 소비자문제 인지에 관한 연구, 한국가정관리학회지 제6권 1호.
- 한국소비자보호원(1996). 이동전화관련 광고 및 소비자불만 실태조사, (www.cpb.or.kr 정보자료실 문헌정보).
- 손영석(1987). 소비자 불평행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 이경희(1992). 노인소비자기능과 소비자만족에 관한 연구-서울시를 중심으로-, 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 이상협(1986). 소비자 불평행동에 관한 연구 - 서울시 대학생 구두 구매자를 중심으로-, 동국대학교대학원 석사학위논문.
- 이성림(1990). 노인 소비자문제에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이은희 · 민남희(1999). 학원교육서비스에 대한 소비자불만족과 대응행동, 한국소비자학회 추계학술논문집.
- 이진국(1996). 소비자불만과 이의 해결을 통한 서비스 경쟁력의 향상, 한국소비자학회 총회 및 학술대회논문집.
- 이학식 · 안광호 · 하영원(1997). 소비자행동론, 법문사.
- 장홍섭 · 안승철(1998). 현대소비자론, 삼영사.
- 정지영(1992). 노인 소비자문제의 경험과 불평행동에 관한 연구, 한국노년학 제 12(1).
- 정찬욱(1993). 소비자 불만호소 행동과 영향변인에 관한 연구 -농촌주부를 대상으로-, 충남대학교 대학원 석사학위논문.
- 중앙일보(1998). 중앙일보 1998년 12월 29일자 기사(www.joongang.co.kr).
- 한국소비자보호원(1998). 이동전화 소비자피해 (www.cpb.or.kr 소비자정보).
- 한국소비자보호원(2000). 소비자시대 2000년 2월호.
- 한국전파진흥협회(1998). 전파산업정보 98년 3월호 4권 2호(www.rapa.or.kr 도서자료 정기간행물).
- 한국전파진흥협회(1998). 전파산업정보 99년 11월호, 5권 6호(www.rapa.or.kr 도서자료 정기간행물).
- 통계청(1997). 도시가계연보.
- 통계청(1999). 1999년 2/4분기 및 상반기 도시근로자가구의 가계수지동향.
- Anderson, R.E(1983). Consumer dissatisfaction: The effect of disconfirmed expectancy on perceived product performance, Journal of Marketing Reserch 10.
- Andreasen, A.R(1977). Consumer dissatisfaction as a measure of marketing performance, Journal of Consumer Policy 1.
- Bearden, William O. and Teel, Jesse E.(1983). Selected determinants of consumer satisfaction complaints reports, Journal of Marketing Research, 20(22).
- Barnes, J. G. & Kelloway, K. R.(1980).

- Consumerists : Complaining behavior and attitudes toward social and consumer issues, *Advance in Consumer Research* 7.
- Blodgett, J. G. & Granbois, D. H.(1992). Toward an integrated conceptual model of consumer complaining behavior, *Journal of consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior* 5.
- Churchill, G.A and S. Suprenant(1982). An investment into the determinants of customer satisfaction, *Journal of Marketing Research* 19 November.
- Czepiel, J. A. & Rosenberg, L. J.(1977). Auditing corporate consumer affairs to increase consumer satisfaction in ed. H. K. Hunt conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction, Cambridge, Mass: *Marketing Science Institute*.
- Day, R. L. & Landon, E. R. Jr(1977). Toward a theory of consumer complaining behavior in consumer and industrial buying behavior, Arch Woodside, Jagdish Sheth, and Peter Bennett, eds. Amsterdam : North-Holland Publish Company.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard(1995). *Consumer behavior*, New York : The Dryden Press.
- Francken, D. A. & Raaij, W. F. V.(1985). Socio-economic and demographic determinants of consumer problem perception, *Journal of Consumer Policy* 8(3).
- Hampel, D. J.(1997). Consumer satisfaction with the home buying process : conceptualization and measurement, *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*.
- Hunt, H.K.(1991). Consumer satisfaction, dissatisfaction and complaining of behavior, *Journal of Social Issue* 47.
- Kolodinsky, J.(1992). A system for estimating complaints, complaint resolution and subsequent purchases of professional and personal services, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior* 5.
- Landon, E. L.(1977). A model of consumer complaint behavior in R. L. Day ed consumer satisfaction dissatisfaction & complaining behavior bloomington, Indiana Univ.
- Maddox, R. N.(1981). Two-factor theory and consumer satisfaction: replication, *Journal of Consumer Research* 8.
- Mason, J. B. & Bearden, W. O.(1979). Satisfaction/dissatisfaction with food shopping among elderly consumers, *Journal of Consumer Affairs* 13(2).
- Miller, J. A.(1977). Studying satisfaction, modifying models, electing expectation, posing problems, and making meaningful measurement, *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and dissatisfaction*.
- Miller, N. H. & Petrich, B.(1986). Elderly consumers : Problems and behaviors, *Journal of Consumer Studies and Home Economics* 10.
- Myers, J. H. and Alpert, M. I.(1968). Determinant buying attitude meaning and measurement, *Journal of Marketing* 6.
- Oliver, R. L.(1994). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting, *Journal of Marketing Research* 57.
- Prakash, V.(1991). Intensity of dissatisfaction and consumer complaint behavior, *Journal of Consumer Satisfaction. Dissatisfaction and Complaining Behavior* 4.
- Richins M.L.(1987). A multivariate analysis of responses to dissatisfaction, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 15, Fall.
- Steven and Richard(1989). Consumer complaining and word of mouth activities : Field



- 
- evidence, *Advances In Consumer Research*, Vol. 16.
- Swan, J. E. & Combes, L. J.(1976). Product performance and consumer satisfaction ; A new concept, *Journal of Marketing* 40.
- Webster, F. E. Jr.(1974). Determining characteristics of the socially conscious consumer, *Journal of Consumer Research* 2.
- Westbrook, R. A.(1980). Interpersonal affective influences on consumer satisfaction with products, *Journal of Consumer Research* 9.