

# 소비자대응행동에 대한 비용이익 인식 유형과 관련요인

-학원교육서비스를 중심으로-

## A Study on the Types of Awareness of Cost and Benefit Consumer Complaining Behavior and Its Related Factors

- focused on the Educational Services of Private Institutes -

인하대학교 소비자 아동학과  
교수 이은희

Dept. of Consumer, Child, and Family Studies, Inha University  
Professor : Lee, Eun-Hee

### ◀ 목 차 ▶

- |                       |               |
|-----------------------|---------------|
| I. 문제제기               | IV. 분석결과 및 해석 |
| II. 이론적 배경 및 관련연구의 고찰 | V. 결론 및 제언    |
| III. 연구방법             | 참고문헌          |

### <Abstract>

The objectives of this study were to investigate how the types of awareness of cost and benefit of consumer complaining behavior about the private educational institute services were classified, how different demographic and consumer complaining related characteristics were according to the types of awareness of cost and benefit about consumer complaining behavior, and what were the determinant factors of the types of awareness of cost and benefit about consumer complaining behavior. The survey of this study was conducted by means of self-administered questionnaire with 546 university students living in Seoul and Cheongjoo. They had an experience of studying in the private educational institute in recent two years.

Major findings were as following:

- (1) The types of awareness of cost and benefit of consumer complaining behavior about the private educational institute services were classified into four - awareness of high cost and low benefit, high cost and high benefit, low cost and medium benefit, medium cost and medium benefit.
- (2) The attitude about complaints, the confidence of success about complaints, and the knowledge about complaints were different significantly according to the types of awareness of cost and benefit about consumer complaining behavior.

- (3) The types of awareness of cost and benefit about consumer complaining behavior were different significantly according to only a school year among demographic characteristics.
- (4) The determinant factors of the types of awareness of cost and benefit about consumer complaining behavior were the attitude about complaints, the confidence of success about complaints, the knowledge about complaints, and the major field of study.

**주제어(Key Words):** 소비자대응행동(consumer complaining behavior), 비용이익 인식 유형(type of awareness of cost and benefit), 학원교육서비스(educational services of private institutes)

## I. 문제제기

산업화의 진전과 과학기술의 발달로 오늘날의 소비자들은 풍요로운 소비생활을 누리게 된 대신 복잡하고 다양한 소비자문제를 경험하게 되었다. 특히 대량생산, 대량판매, 대량소비의 구조 속에서 소비자들은 원하는 것을 찾기 위해 많은 정보를 획득해야 하나 획득한 정보로도 제품에 대한 정확한 평가를 하기가 어렵기 때문에 여러 가지 소비자문제와 피해를 경험하고 있다.

현대사회에서는 모든 국민이 소비자이므로 소비자의 피해는 한 개인에 국한되는 것이 아니라 크게는 국민 전체의 피해를 의미한다. 우리 나라의 경우 급격한 경제성장으로 인하여 1970년대부터 소비자문제가 본격화되었는데 사실과 다르거나 정확하지 않은 정보문제, 허위광고 문제, 상품의 안전성 문제, 소비자불만의 해결문제 등의 소비자문제가 중요한 사회문제로 대두되었다. 또한 소비자문제는 더욱 광범위화되고 심각성이 날로 더해가고 있어 소비자들에게 막대한 경제적, 정신적, 신체적 피해를 주고 있다(류미현, 1997). 일례로 한국소비자보호원에 소비자상담을 청구한 소비자 피해 및 불만 건수를 보면 1991년 56,784건에서 1995년 170,875건, 2000년 337,026건으로 가파른 상승을 보여주고 있는데 10년만에 6배에 가까운 상승률을 보여주고 있다(한국소비자보호원, 2000).

그런데 소비자들은 소비자피해나 소비자불만을 많이 경험하고 있음에도 불구하고 공공기관이나 소비자단체에 호소하는 비율은 매우 낮다. 이는 기존의 많은 연구들에서도 나타나는데 김은미(1983)의

연구에서는 여성복 구매에서 결함상품을 구매한 소비자가 응답자의 60%였으나 실제 소비자단체를 통하여 대응행동<sup>1)</sup>을 한 소비자는 10%로 아주 낮은 수준을 보였다. 그리고 박진영(1988)의 연구에서는 불만을 겪은 적이 '간혹 있다' 68.1%, '많다' 11.7%, '매우 많다' 4.6%로 소비자불만이 매우 보편적임에도 불구하고 불만족한 소비자의 69.1%만이 대응행동을 하였으며, 아무런 행동도 하지 않고 그냥 지나쳐버리는 무행동 소비자가 30.9%나 되었다. Andreasen(1988)도 소비자피해를 경험한 소비자의 40%만이 판매자에게 대응행동을 한다고 하였으며 Jasper(1989)도 제품 불만을 겪은 소비자들이 주로 무행동(22%), 사적 대응행동(61.5%)을 하고 공적 대응행동(16.5%)은 매우 저조하다고 하였다.

그러면 많은 소비자들이 불만을 겪는 경우에도 불구하고 아무런 행동을 취하지 않는 이유는 무엇인가? 그것은 소비자들이 대응행동을 위한 시간과 노력의 가치가 없고 대응행동이 어떠한 변화를 일으키기 어려우며 소비자가 무엇인가를 하더라도 결코 이길 수 없다고 생각하거나, 대응행동을 하기 위해 무엇을 해야 하는지 어디서 도움을 얻을지 전혀 알지 못하기 때문이다(Day, Grabick, Schaezle & Staubach, 1981). 예를들어 대응행동의 비용과 이익을 비교하여 비용이 이익을 초과한다고 생각하는

1) 소비자대응행동이란 제품구매 후 평가가 불만족했을 때 발생하는 것으로 불만족한 경험에 대한 소비자의 표현이라고 할 수 있다(Bearden & Teel, 1983). 즉 소비자들이 불만족에 대해 어떤 형태의 조치를 취하고 해결하려는 일련의 과정을 의미한다(Gilly, 1978).

소비자는 대응행동에 시간과 노력을 들일 가치가 없다고 생각하여 아무런 행동도 취하지 않을 것이다. 또한 소비자 자신이 대응행동을 하기 위하여 무엇을 어떻게 해야 하고, 어디서 도움을 받을지 모르는 경우는 이용가능한 대응행동들에 대한 정보를 갖지 못한 것이며, 불만족하기 때문에 무엇인가를 하기 원하나 결코 이길 수 없을 것이라고 생각하는 소비자는 행동의 결정은 되었으나 수행될 수 있을 것이라는 자신감이 없는 경우로 볼 수 있다.

그러나 소비자피해나 불만족에 대한 소비자들의 대응행동은 소비자 뿐 아니라 기업, 정부에도 많은 의미를 갖는 행동이다. 소비자 대응행동으로 소비자들은 자신들의 권리실현으로 소비자피해나 불만족에 대한 실질적 보상을 받을 수 있으며, 소비자 대응행동에 대한 기업들의 반응은 소비자들의 재구매 의사에 반영되어 기업의 매출액에 영향을 주며, 기업을 규제하고 소비자를 보호하려는 정부기관에도 중요한 의의를 갖는다(권해도, 1983). 그러므로 소비자의 대응행동이 적극적으로 이루어질 수 있는 여건의 마련이 중요하다.

Day와 Landon(1977), Day(1980)는 소비자들의 "대응행동을 하는 경향"에 영향을 미치는 요인으로 대응행동을 할 때의 경제적·심리적인 비용과 이익, 그리고 대응행동을 취할 때의 성공적인 결과의 가능성을 결정하는 조건들을 들고 있다. 여기서 대응행동에 대한 비용은 대응행동의 장애요인으로 작용하고, 대응행동의 이익은 대응행동을 촉진하는 요소로 작용한다. 그동안의 대응행동에 대한 비용이익 인식 연구들도 주로 이러한 관점 즉, 소비자들의 대응행동에 대한 비용과 이익의 인식이 대응행동에 어떠한 영향을 미치는가에 초점을 맞추어 왔다. 그리고 대부분의 연구결과에서 소비자들이 대응행동에 대한 비용을 높게 인식할수록 아무런 행동을 취하지 않거나 혹은 사적 대응행동만을 취하는 것으로 나타났으며, 대응행동에 대한 이익을 높게 인식하거나 이익이 비용보다 크다고 인식할 경우 보다 적극적인 대응행동을 취하는 것으로 나타났다(배영상, 1986; 류미현, 1997; 전혜선, 1990; 김현경, 1991; 이득영, 1988).

따라서 대응행동을 촉진하기 위해서는 대응행동에 대한 비용과 이익을 소비자들이 어떻게 인식하고 있으며 어떤 소비자들이 대응행동에 대한 비용과 이익을 크게 또는 작게 인식하는가를 아는 것이 필요하다. 이에 본 연구에서는 조사대상자들의 대응행동에 대한 비용과 이익인식의 경향을 토대로, 대응행동에 대한 비용과 이익 인식의 유형을 파악해보고 이 유형에 따라 대응행동 관련특성과 인구통계적 특성에 차이가 있는가를 살펴본 후 소비자대응행동에 대한 비용과 이익인식 유형의 결정요인을 파악해보고자 한다. 특히 소비자들은 대응행동을 선택하는데 있어 비용과 이익을 동시에 고려하므로 비용과 이익의 유형을 따로 유형화하지 않고 비용과 이익의 인식을 함께 유형화하였다. 그리고 소비자대응행동에 대한 비용이익 인식유형과 관련요인을 파악해 보는데 있어, 대학생들을 조사대상으로 하여 IMF 금융지원 이후 소비자피해 상담이 계속 증가하고 있는 취업학원(한국소비자보호원, 1999)의 교육서비스에 대해 조사하였다. 여기서 대학생들을 선정한 이유는 취업학원을 주로 이용하는 대상이며 학원을 직접 선택하고 불만족을 경험했을 때 스스로 대응행동을 취할 수 있는 집단이기 때문이다.

## II. 이론적 배경 및 관련연구의 고찰

### 1. 소비자대응행동의 개념과 유형

#### 1) 소비자대응행동의 개념

소비자대응행동은 제품구매후 평가가 불만족했을 때 발생하는 것으로서 불만족한 경험에 대한 소비자의 표현이라고 할 수 있다(Bearden & Teel, 1983). 즉, 소비자대응행동이란 소비자불만족의 직접적 영향으로 발생하며 불만족에 대해 어떤 형태의 조치를 취하고 해결하려는 일련의 과정으로서 불만족에 대한 의사결정의 결과이다(Gilly, 1978). 이에 덧붙여 Landon(1980), Jacoby와 Jaccard(1986)는 대응행동의 대상을 명시하여 대응행동을 정의했는데 Landon(1980)은 소비자대응행동이란 불만족을 초래한 책임

이 있는 측에 소비자가 보이는 불만족의 표현이며 이에 대한 모든 행동과 의사소통을 포괄한다고 하였다. 또한 Jacoby와 Jaccard(1986)는 소비자대응행동이란 제품이나 서비스에 대한 부정적 정보를 기업이나 판매자, 혹은 제3자 기관(소비자보호단체, 공정거래위원회)에 전달하는 행동이라고 정의했다. 한편 Richins(1979)는 소비자대응행동이 만족/불만족 평가, 귀인 평가, 대체안 평가의 세가지 인지적 과정으로 구성되어 있다는 과정모델을 제시했다. 즉, 소비자들은 만족/불만족의 평가를 하고 인과관계의 귀인과 책임의 귀인, 즉 불만족의 원인과 책임이 누구에게 있는가를 평가한 후 여러 대응행동 대체안들을 평가하여 적절하다고 생각하는 대응행동을 취하게 된다는 것이다.

## 2) 소비자대응행동의 유형

Singh(1990)은 불만족상황에서 소비자들이 대응하는 스타일 형태를 조사하여 요인분석을 한 결과 사적 대응행동, 직접 대응행동, 제3자 대응행동의 유형을 얻어내었다. 여기서 사적 대응행동이란 주변 사람들이나 친지에게 불평을 말하는 것이며 직접 대응행동은 판매자나 제조 기업에 대한 직접적인 대응행동을 의미한다. 그리고 제3자 대응행동은 신문에 기고하거나, 사법적 대응을 하거나, 한국소비자보호원이나 소비자단체 등에 불만을 토로하는 것이다. 이진국(1996)은 소비자들이 대응행동을 할 경우 단계적으로 행동을 취하게 된다는 점을 중시하여 무행동, 사적행동, 사적행동과 불평, 모든 사적행동과 불평과 제3자 행동의 네가지 유형으로 대응행동을 구분하였다. 여기서 불평은 상품의 판매자나 제조기업에 불만족을 토로하는 것이며, 제3자 행동은 생산이나 판매와 직접 관련이 없는 소비자보호기관이나 단체에 불만을 토로하는 것이다.

한편 Day와 Landon은 여러 연구들에서 대응행동 유형을 다양하게 분류하였는데, 1977년의 연구에서는 소비자 대응행동을 크게 행동과 무행동으로 구분하고 행동은 다시 사적행동과 공적행동으로 구분하였다. 여기서 사적행동은 가족, 친지, 타인에게 경고하거나 구매중지하는 것을 뜻하며 공적행동은 회

사에 직접 배상요구, 정부기관이나 민간단체에 불평하거나, 법적조치를 취하는 것을 의미한다. 이후에 Day 등(1981)은 소비자가 구매상황에서 불만족을 경험할 때 나타내는 반응을 9개 범주로 나타내었는데 이를 무행동, 사적행동, 공적행동으로 분류하여 1977년 연구에서의 분류와 같다.

## 2. 소비자대응행동에 대한 비용이익 인식

### 1) 소비자대응행동에 대한 비용이익 인식

소비자들은 불만족을 경험할 경우 대응행동을 할 것인지 하지 않을 것인지 간의 선택을 해야 하는데 이러한 대응행동은 시간과 에너지의 막대한 투자, 예를 들면 교통비, 전화사용, 업무시간의 손실, 전문가의 도움 등을 요구하므로 “값비싼 행동”이다. 기업은 소비자가 불평하기 어렵도록 위협적·경직적 분위기를 조성할 수도 있다. 이러한 기업과 소비자 간의 불균형은 기업 측이 기본적인 통제권을 가지고 있는 대응과정에서 소비자가 때때로 압박받거나 혹은 기업 측이 설정해 놓은 표준에 따라 소비자문제를 규정하게 하며, 대응과정에 직면하게 된 소비자가 문제를 명백하게 표명하기 어렵게 하기도 한다(Day 등, 1981).

Best(1981)는 소비자불만족을 표명하는데 장애를 주는 요인을 다음과 같이 제시하였다. 첫째, 대응행동의 비용을 들 수 있다. 대응행동은 금전, 시간, 에너지, 개인 생활 및 가족생활에의 영향 등의 참여비용을 발생시키며 소비자들은 대응행동의 비용에 대해 매우 민감하다. 둘째, 위협과 보복을 들 수 있다. 즉 대응행동을 하는 소비자에 대해 기업의 위협, 강압, 보복 등의 다양한 공격적 반응이 있을 수 있다. 이러한 위협이나 보복은 사업자와 소비자간의 관계가 지속적으로 유지되는 관계일 때 더 쉽게 일어날 수 있는데 그 예로 학교나 학원에 대한 대응행동을 들 수 있다. 셋째, 대응행동의 정당성에 대한 부정적 태도를 들 수 있다. 사람들은 대응행동을 하는 소비자에 대해 불평분자라는 편견을 가질 수 있으며 이는 소비자들에게 대응행동에 대한 부정적인 태도를 갖도록 할 수 있다. 넷째, 문제의 정확한 표

현의 어려움을 들 수 있다. 사실 및 상황이 복잡하거나, 문제에 대해 개인적으로 접근해야 하거나, 실체를 파악하기가 어려운 것, 책임소재를 규명하기 어려운 것 등이 대응행동을 복잡하게 만들 수 있다. 다섯째, 제3자 개입에 대한 지식 부족을 들 수 있다. 소비자불만 처리에 있어서의 제3자 개입에 대한 지식이 부족하기 때문에 대응행동을 하기가 어려울 수 있다. 여섯째, 법률 이용의 기피를 들 수 있다. 소비자는 소비자 자신이 처한 상황에 법적 도움이 유효한가, 도움을 어디서 얻을 것인가, 비용이 많지 않지 않을까 등의 이유로 법률이용을 기피하게 된다. 일곱째, 힘의 불균형을 들 수 있다. 소비자는 기업에 의한 정보의 독점, 위협, 해결책의 장기적인 보류, 문제의 규정, 소비자의 대응행동에 대한 저항력 등에 있어 기업에 비하여 불균형을 갖는다. 여덟째, 소비자책자의 부족을 들 수 있다. 즉 소비자의 대응행동을 도울 수 있는 각종 책자나 안내 방송 등이 부족하다. 이상에서 제시된 장애요소들 대부분은 소비자들이 대응행동을 하는데 있어서 경제적 또는 심리적 비용으로 작용하는 요인들이라고 할

수 있다.

한편 Day(1980)는 소비자들의 “대응행동을 하는 경향”에 영향을 미치는 요인을 세 범주로 구분하였는데 첫째, 문제가 된 것이 무엇인가와 대응행동을 할 때의 경제적 비용과 이익이며 둘째, 대응행동의 심리적인 비용과 이익을 결정하는 개인적 특성과 상황 셋째, 대응행동을 취할 경우에 성공적인 결과의 가능성을 결정하는 시장조건이나 법적 상태 등이다. 이중 경제적 또는 심리적 비용이익에 근거하여 대응행동의 경향을 설명하는 지표는 제품에 대한 대응행동이 소비자들에 따라 왜 다른지를 설명할 수 있으며, 대응행동의 의사결정을 이해하는데 경제적인 면과 비경제적인 면의 상대적 중요성에 새로운 시각을 제공하기도 한다.

또한 소비자대응행동에 대한 이론적 모델을 처음 시도한 Landon(1977)은 소비자 대응행동은 불만족, 제품의 중요성, 대응행동의 효익, 소비자의 개성 등 4가지 변인의 영향을 받는다고 하였으며, 이 중 대응행동의 효익을 다음과 같은 함수의 형태로 표현하였다.

<표 1> 대응행동의 비용과 이익

비용	경제적 비용	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 대응행동을 하기 위하여 상점까지 가야함</li> <li>2. 대응행동을 하는데 드는 시간과 돈</li> <li>3. 정확한 대응방법을 찾는 어려움</li> <li>4. 수선하는 동안 제품사용을 못함</li> </ol>
	심리적 비용	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 불유쾌한 취급을 당함</li> <li>2. 불평분자로 보임</li> <li>3. 불만족의 책임을 전가당함</li> <li>4. 누군가와 다투어야 함</li> <li>5. 대응행동시 당혹감을 느낌</li> </ol>
이익	경제적 이익	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 구매가격을 반환함</li> <li>2. 제품교환</li> <li>3. 제품수선</li> </ol>
	심리적 이익	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 대응행동을 하지 않으면 느낄 죄책감을 없앴</li> <li>2. 다른 소비자들의 불만족 방지</li> <li>3. 제조업자가 제품을 개선할 것임</li> <li>4. 판매자가 문제있는 제품의 판매를 중지함</li> <li>5. 분노나 좌절을 없앴</li> <li>6. 소비자로서의 권리를 주장함</li> <li>7. 제조업자나 판매자로부터 사과를 받아냄</li> </ol>

대응행동의 효익 =  $f[E(\text{대응행동의 이익}-\text{대응행동의 비용})]$

$E(\text{대응행동의 이익}) = f(\text{중요성, 결함의 성격})$

$E(\text{대응행동의 비용}) = f(\text{기업의 이미지, 대응행동 경험, 결함의 성격})$

즉, 대응행동의 이익에 대한 기대가치는 제품의 중요성이나 결함의 성격과 관계가 있다고 하였다. 그리고 대응행동의 비용은 대응행동에 대한 기업의 반응도가 높거나 과거의 대응행동 경험이 많거나 표현적 결함보다는 수단적 결함인 경우에 낮아진다고 하였다.

그리고 Richins(1979)는 소비자 대응행동이 만족/불만족 평가, 귀인평가, 대체안 평가 등의 세가지 인지적 과정으로 구성되어 있다는 과정 모델을 제시했는데, 소비자들이 불만족을 경험하고 불만족의 원인과 책임이 누구에게 있는가를 평가한 후 대응행동을 하고자 할 때 각 대응행동들의 비용과 이익을 고려한다는 것이다. 즉, 대체안 평가에서 소비자는 대체안인 대응행동들의 비용과 이익을 고려하게 되는데 비용과 이익은 각각 경제적·심리적 차원을 가지고 있다고 하였다. 여기서 경제적 비용은 불평행동을 함에 있어서 드는 시간과 돈을 포함하며, 심리적 비용에는 점원에 의해 무례하게 취급당하거나 불평행동을 할 때 느낄 수 있는 불쾌감 등으로 구성되어 있다고 하였다. 이에 대한 구체적인 내용은 <표 1>과 같다.

## 2) 소비자대응행동에 대한 비용이익 인식에 따른 대응행동

일반적으로 대응행동에 대한 비용 인식은 대응행동에 부적 영향을 미치고 이익인식은 정적영향을 미칠 것이라고 예측할 수 있다. 이를 관련연구들을 통해 살펴보고자 한다. 먼저 대응행동의 비용인식과 대응행동과의 관계에 대한 연구들을 살펴보면, 김현경(1991)의 연구에서는 대응행동에 대한 비용인식도가 높을수록 대응행동을 하지 않거나 사적 대응행동을 하며 비용인식도가 낮을수록 공적 대응행동을 하는 것으로 나타났다. 권경수(1995)의 연구에서는 대응행동 유형을 군집분석하였는데, 처리하는데 시

간이 소요됨이나 연락처를 모르거나 연락할 사람의 불명확성 등 대응행동 비용 관련변수들이 대응행동 유형을 분류하는 변수로 나타났다. 또한 강이주(1997)의 의료서비스에 대한 불만호소행동에 대한 연구에서는 불만호소 하위차원인 불만호소 장애요인, 불만호소 기대요인, 병원에 대한 선입관요인 중 대응행동에 가장 큰 영향력을 보여주는 요인은 대응행동의 비용인식도와 유사한 개념인 불만호소 장애요인으로 나타났다. 그러나 Bearden(1983)은 자동차정비 서비스에 대해 불만족한 경험이 있는 소비자를 대상으로 대응행동에 대한 비용과 대응행동이 직접적인 관계가 있는가를 조사한 결과 의미있는 차이가 없다고 하였다.

다음으로 대응행동의 이익 인식과 대응행동과의 관계에 대한 연구들을 살펴보면 Landon(1977)은 소비자 대응행동모델에서 대응행동에 대한 이익이 노력 이상의 가치가 있을 때 대응행동을 한다고 하였으며, 배영상(1986)은 불만족했던 제품과 서비스에 대하여 대응행동의 이익이 비용보다 클 때 대응행동을 더 많이 한다는 것을 남녀 소비자를 대상으로 한 조사에서 실증하였다. 전해선(1990)의 연구에서는 대응행동 유형에 따라 대응행동시 이익발생 가능성과 어려움 발생 가능성을 소비자가 다르게 인식하고 있는 것을 밝혔는데, 무행동과 사적행동을 하는 사람들이 이익발생 가능성을 낮게 인식한 반면 공적 대응행동 집단의 경우에는 이익발생 가능성과 함께 어려움 발생가능성도 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한 류미현(1997)의 연구에서는 대응행동을 하지 않는 이유를 물었을 때 이익이 없을 것 같아서라고 응답하는 비율이 가장 높게 나타났다.

한편 이득영(1988)의 연구에서는 대응행동은 대응행동에 대한 비용·이익인식도와 유의적인 관련성이 있음을 밝혔으며, 이는 Richins(1983)가 의류나 가전제품을 구입하여 불만족한 경험이 있는 소비자를 대상으로 대응행동에 대한 비용과 이익의 지각이 실제 대응행동에 영향을 미치는가를 조사한 결과와 같다.

### 3. 관련연구의 고찰

#### 1) 인구통계적 변수

성별과 대응행동과의 관계를 조사한 연구에서 박명희와 이상협(1987)은 성별에 따라서 대응행동 유무가 유의한 차이를 보인다고 하였으며, 구두와 햄을 이용한 소비자를 대상으로 대응행동을 조사한 이규희(1996)는 구두의 경우 성별에 따라 대응행동에 차이가 있다고 하였다. 일반적으로 여성들이 남성보다 불만족하지만 대응행동은 적게 하는 경향을 보여주는데(Andreassen, 1985; Singh, 1991), 서정희의 연구(1995)에서도 여자보다 남자가 사적, 공격 대응행동을 더 많이 하는 결과를 보였다.

다음으로 학력은 대응행동에 대한 지식과 관련이 있으므로 교육수준이 높을수록 대응행동을 많이 하며(Andreassen, 1988), 보다 강력한 대응행동 유형을 선택할 가능성이 크다(이학식, 안광호, 1996). 배영상(1986)과 정미선(1992)의 연구에서는 주부의 학력이 높을수록 사적 대응행동 수준이 높은 것으로 나타났으며, 이승신과 류미현(1995)의 연구에서도 학력이 높을수록 소비자문제 경험 수준이 높고 이로 인해 대응행동 수준도 높은 것으로 나타났다.

소득과 대응행동과의 관계를 보면 Zaichkowsky와 Liefeld(1997), 이규희(1996), 류미현과 이승신(1996)의 연구결과 소득과 대응행동이 정적인 관계임을 보였다. 김현경(1991)은 소득에 대한 지출비중이 클수록 공격행동을 한다고 하였다. 그러나 소득에 따라 대응행동은 유의한 차이가 없다는 상반된 연구결과(박명희, 이상협, 1987; 정미선, 1992)들도 있다.

#### 2) 대응행동 관련변수

##### (1) 대응행동에 대한 태도

심리학적 관점의 연구에서는 대응행동의 원인이 대응행동 자체에 대한 태도라고 보고 이 태도는 의도에 영향을 미치고 행동으로 표출된다고 본다. 즉, 태도→의도→행동이라는 구조를 형성하게 된다는 것이다. 따라서 대응행동에 대한 태도가 대응행동에 영향을 미친다고 생각하는 것이다. 그 예로 Richins

와 Verhage(1985)는 불만 보상에 대한 긍정적 태도를 가진 소비자들이 그렇지 않은 소비자들보다 대응행동을 더 할 것으로 기대되고, 태도가 대응행동에 중요한 영향을 준다고 주장하였으며, Day(1984) 역시 대응행동에 대한 네 개의 다른 예측변수와 함께 대응행동에 대한 태도의 포함을 제안하였다. 대응행동에 대한 태도와 대응행동과의 관계를 연구한 실증 연구들에서도 대응행동에 대한 태도와 대응행동은 정적인 관계를 가지는 것으로 나타나고 있다(Barnes & Kellway, 1980; Kolodinsky, 1993; 류미현, 1997). 그러나 대응행동에 대한 태도와 의도, 행동과의 관계를 분석한 Richins(1982)의 연구에서는, 대응행동에 대한 태도와 대응행동 의도는 관련성을 가지나 대응행동에 대한 태도와 실제 대응행동은 유의미한 관계를 가지지 않는 것으로 나타났다.

한편 대응행동에 대한 태도가 대응행동 유형에 미치는 영향을 알아본 연구결과들을 살펴보면, 김현경(1991)의 연구에서 대응행동에 대한 태도에 따라 무행동, 사적 대응행동, 공격 대응행동이 유의미한 차이를 나타내었다. 그리고 전기발삼을 보유한 주부들을 대상으로 한 김경희(1987)의 연구에서도 고발행동에 대한 인식 즉, 소비자태도가 고발행동을 한 집단과 하지 않는 집단 사이에 유의미한 차이를 주는 변수로 나타났다. 또한 주부를 대상으로 조사한 정미선(1992)의 연구결과에서도 소비자태도가 낮은 집단이 높은 집단에 비해 대응행동을 하지 않는 비율과 사적행동을 하는 비율이 높은 것으로 나타났다. 그러나 이상협과 박명희(1987)는 대응행동을 하는 집단과 하지 않는 집단을 설명할 수 있는 변수로 태도변수가 유의하지 않다는 연구결과를 보였다.

##### (2) 대응행동 성공에 대한 자신감

Hirshman(1970)은 소비자들이 대응행동을 할 가능성은 두가지 요소에 근거한다고 하였다. 첫째 요소는 바람직한 결과를 가져올 가능성에 대한 평가이다. 소비자들이 취할 행동이 불만족을 해소시켜 줄 수 있거나 보상을 받을 수 있다는 가능성을 인식할 때 대응행동이 유발된다는 것이다. 둘째 요

소는 가치로 설명되는데 이는 행동결과가 가치있는가를 말하는 것이다. 또한 Richins(1979)도 소비자들이 대응행동을 선택할 때 비용과 이익을 고려하지만, 이와 함께 대응행동이 원하는 결과를 가져올 확률을 반드시 고려한다고 하였다. 즉, 소비자들은 대응행동의 경제적·심리적 이익이 비용에 비해 별로 크지 않을 때에도 성공에 확신을 갖는 경우는 대응행동을 하게 된다. 반면에 대응행동의 경제적·심리적 이익이 비용에 비해 매우 클 때라도 성공의 확률이 낮다고 느낄 경우에는 대응행동을 취하지 않는다.

Richins(1987)는 또 다른 연구에서 대응행동 성공 가능성이 소비자의 보상청구 행동에 중요한 영향을 미친다는 것을 밝혔다. 특히 대응행동 성공가능성은 소비자들이 불만족을 느낄 경우 말없이 구매를 중단하거나 구두로 비난을 하는 사람들이 있는가 하면, 어떤 사람들은 보상청구를 하는지를 설명하는데 있어서 도움을 준다고 하였다. 즉, 성공가능성을 높게 지각하고 있는 소비자들은 불만에 대해 더욱 거세게 항의하는 경향이 있는 반면에 성공가능성을 낮게 지각하고 있는 소비자들은 구매를 중단하거나 부정적 구전에 더 의존한다는 것을 밝혔다. 또한 주인호(1994)의 연구에서도 소비자가 인지한 보상가능성이 크면 공적 대응행동이나 좀 더 강한 공·사적 행동을 하고, 보상가능성이 없으면 공적 대응행동보다는 사적 대응행동을 한다고 하였다. 그러나 소비자들은 보상가능성을 그리 높지 않게 인식하는 경향을 보이는데, Granbois(1977)의 연구를 보면 응답자의 75%만이 판매자가 문제에 대해 기꺼이 보상을 할 것으로 느끼고 있었으며, 25%는 판매자가 보상을 하지 않을 것으로 지각하고 있는 것을 나타냈다.

### (3) 대응행동에 대한 소비자지식

소비자지식은 인지적 영역으로 대응행동에 관련된 사실, 개념, 관념 등을 뜻한다. 이진국(1996)의 연구에서는 소비자지식이 높을수록 대응행동을 더 많이 하는 것으로 나타났으나, 류미현(1997)의 연구에서는 소득이 낮은 집단에서 소비자지식은 대응행동

과 부적인 관계를 나타나 소비자지식이 낮은 집단이 대응행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다.

구매 또는 사용경험, 대응행동 경험 등은 대응행동에 대한 지식을 높임으로써 대응행동에 영향을 주는 것이라고 할 수 있다. 즉, 소비자가 보상청구 경험이나 대응행동 경험, 상점 평판에 대한 지식과 경험 등을 가지고 있을 때 문제 및 처리 방법, 판매자나 생산자의 책임 등에 대해 잘 알고 있기 때문에 대응행동을 취할 가능성이 높다고 할 수 있다. 이와 관련하여 Gronhaug(1981)는 소득, 교육, 연령, 구매경험 중 구매경험이 대응행동 유무를 가장 잘 설명해 준다고 하였으며, Day 등(1977)은 소비자 대응행동에 관한 연구에서 과거에 있었던 상품이나 서비스의 구매경험, 사용경험, 보상청구 경험이 대응행동에 영향을 준다고 주장하였다.

## III. 연구방법

### 1. 연구문제

본 연구에서는 기존 연구들이 주로 소비자들의 비용인식과 이익인식의 경향을 파악하고 이것들이 대응행동에 미치는 영향을 파악한 것과 달리, 비용과 이익인식의 실제하는 유형을 파악하고자 하였으며 이 실제하는 유형들에 속할 가능성을 결정하는 요인은 무엇인가를 파악하고자 하였다.

본 연구에서 살펴보고자 하는 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

- <연구문제 1> 소비자대응행동에 대한 비용이익 인식은 어떻게 유형화될 수 있는가?
- <연구문제 2> 소비자대응행동에 대한 비용이익 인식유형에 따라 대응행동 관련특성과 인구통계적 특성에 차이가 있는가?
- <연구문제 3> 소비자대응행동에 대한 비용이익 인식유형에 따라 대응행동에 차이가 있는가?
- <연구문제 4> 소비자대응행동에 대한 비용이익 인식유형의 결정요인은 어떠한가?



2. 변수의 정의 및 조사도구의 구성

1) 소비자 대응행동

소비자 대응행동이란 소비자가 상품 또는 서비스를 구매, 이용한 후 불만족했을 때 이에 대해 어떤 형태의 조치를 취하거나 해결하고자 하는 일련의 과정을 의미한다. 본 연구에서는 Day와 Landon (1977)에 의한 소비자 대응행동 유형을 기초로, 본 연구의 조사대상인 학원교육서비스의 특성을 고려하여 사적행동과 공적행동을 중심으로 전체 5문항을 구성하였다. 구체적으로는 학원이용시 불만족을 느꼈을 때, 제시된 사적 대응행동과 공적 대응행동 각각을 어느 정도 취했는지를 질문하였다. 응답은 '전혀 그렇지 않다'에서 '매우 그렇다'까지 5점 리커트 척도로 측정하였다(크론바하 알파계수=0.68).

2) 대응행동에 대한 비용 인식도

대응행동에 대한 비용인식도란 대응행동을 하는데 있어 금전적 비용과 시간, 노력, 좌절, 심리적 부담감을 느끼는 정도를 의미한다. 비용인식도는 김현경(1995), 전혜선(1990)의 연구를 참고하여 7문항으로 구성하였으며, 5점 리커트 척도로 구성하였다(크론바하 알파계수=0.75).

3) 대응행동에 대한 이익 인식도

대응행동에 대한 이익인식도란 대응행동을 해서 얻게되는 금전적 만족, 자부심, 불편한 마음의 해소 등에 대한 인식 정도를 의미한다. 7문항으로 구성하였으며 5점리커트 척도로 측정하였다(크론바하 알파계수=0.72).

4) 대응행동에 대한 태도

대응행동에 대한 태도란 특정한 불만족 상황에서 이를 해결하기 위한 대응 행동에 대해 특징적으로 가지고 있는 마음가짐, 선유(先有) 경향<sup>2)</sup>, 또는 잠재적 행동과정이나 상태를 의미한다. 김현경(1991), 박광순(1994)의 연구에 사용한 측정도구를 참고로 하여 7문항으로 구성하였으며 5점 리커트

척도로 측정하였다(크론바하 알파계수=0.75).

5) 대응행동 성공에 대한 자신감

대응행동 성공에 대한 자신감이란 대응행동을 했을 때 대응행동에 대한 적절한 조치를 얻어낼 가능성에 대해 개인이 느끼는 주관적 확신정도를 의미한다. 한국소비자보호원에서 처리된 학원 교육서비스 피해사례에 대한 보상방법들을 토대로 5가지 문항을 구성하였으며 5점 리커트 척도로 측정하였다(크론바하 알파계수=0.79).

6) 대응행동에 대한 지식

대응행동에 대한 지식이란 소비자가 대응행동을 효율적으로 수행하기 위해 이해할 필요가 있는 사실, 개념 및 관념을 의미한다. 조사도구의 구성은 소비자피해보상규정 중 학원업법 7문항과 학원의 설립·운영에 관한 법률 2문항, 대응행동을 할 수 있는 기관에 대한 지식 1문항 등 총 10문항으로 구성하였다. 측정은 지식의 내용에 대해 옳고 그름을 판단하게 한 후 정답일 경우 1점, 오답이거나 모르는 경우 0점 처리하여 총점을 합산하였다.

7) 대응행동 관련 특성

대응행동 관련 특성이란 대응행동에 대한 태도와 대응행동 성공에 대한 자신감, 대응행동에 대한 지식 등을 의미한다.

8) 인구통계적 특성

인구통계적 특성이란 성별, 학년, 전공학과, 월평균 가계소득 등을 의미한다.

3. 조사대상 및 자료수집

조사대상자는 학원 교육서비스 불만족에 대한 대응행동 유형과 판별변수들을 파악하기 위해서 학원

2) 선유(先有)경향이란 이미 가지고 있는 심리적 경향을 의미한다.

을 직접 선택하고 대응행동을 스스로 할 수 있는 대학생으로 선정하였다. 조사지역은 학원들이 널리 분포되어 있는 대도시인 서울과 중소 도시중 하나인 청주를 선정하였으며, 지역적으로 고르게 분포하도록 서울 7개, 청주 3개 대학을 선정하여 성별, 학년, 전공학과 등 조사대상자의 특성을 고려하였다.

자료수집은 질문지를 이용하였으며 질문지는 1998년 7월 6일부터 7월 11일까지 예비조사를 실시한 후, 질문지를 재구성하여 1998년 7월 27일부터 1998년 8월 15일까지의 기간 동안 본 조사를 실시하였다. 질문지는 해당 지역의 각 학교 도서관을 중심으로 배포·회수하였다. 대학생과 대학원생, 그리고 졸업 2년 이내인 사람들 중 학원교육서비스를 경험한 사람들을 대상으로 하여 서울 300부와 청주 300부, 총 600부가 배포되었으며 이 중 580부가 회수되었으나 부실기재 34부를 제외하고 총 546만을 최종 분석에 사용하였다.

#### 4. 분석방법

##### 1) 대응행동에 대한 비용이익 인식유형 분류: 군집분석

대응행동에 대한 비용이익 인식유형을 분류하기 위해 군집분석을 사용하였다. 군집분석은 관측대상이 지니고 있는 특성의 유사성을 바탕으로 동질적인 집단을 찾아내는 통계적인 방법이다. 분석에는 비용인식을 측정하는 7문항과 이익인식을 측정하는 7문항을 포함시켰다. 분석은 먼저 QUICK CLUSTER에서 군집의 수를 다수 지정하여 군집분석을 실시한 후 이 자료로 CLUSTER에서 덴드로그램 분석을 하여 적합한 군집의 수를 파악하였다. 이렇게 해서 얻은 군집의 수를 지정하여 군집분석을 실시하였다. 군집분석을 실시한 이유는 평균값을 토대로 하여 집단을 상중하 또는 상하 등으로 강제적으로 분류하는 것보다 군집분석을 실시하는 것이 조사대상자들의 대응행동에 대한 비용·이익 인식의 실제적 경향, 그리고 내재적 특성을 더욱 잘 파악할 수 있을 것으로 생각되었기 때문이다.

##### 2) 각 유형별 대응행동 관련특성, 인구통계적 특성, 대응행동의 차이 분석: 일원분산분석과 $\chi^2$ 검증

대응행동에 대한 비용이익 인식 각 유형별 대응행동 관련특성의 차이를 분석하기 위하여 일원 분산분석과 Scheffé 검정을 사용하였고, 인구통계적 특성의 차이를 분석하기 위하여  $\chi^2$ 을 실시하였다. 그리고 각 유형별 대응행동의 차이를 분석하기 위하여 일원 분산분석과 Scheffé 검정을 사용하였다.

##### 3) 대응행동에 대한 비용이익 인식유형의 결정요인 분석: 로짓분석

군집분석에 의해 분류된 각 비용이익 인식유형의 결정요인을 분석하기 위해 로짓분석을 실시하였다. 비용이익 인식유형에 영향을 주는 요인으로는 대응행동 관련변수들과 인구통계적 변수들을 포함시켰다. 본 연구에서 사용된 로짓모형은 다음과 같다.

$$Lc = \ln(p/(1-p)) = a_0 + a_1ATTITUDE + a_2SUCCESS + a_3KNOWLEDGE + a_4FEMALE + a_5YEAR_1 + a_6YEAR_2 + a_7YEAR_3 + a_8COURSE_1 + a_9COURSE_2 + a_{10}COURSE_3 + a_{11}COURSE_4 + a_{12}INCOME_1 + a_{13}INCOME_2 + a_{14}INCOME_3 + a_{15}INCOME_4 + ei$$

여기서  $Lc = \ln(p/(1-p))$ 는 로짓, 즉 *the natural log of the odd ratio*  $p/(1-p)$ 를 의미한다. 여기서  $p$ 는 확률을 나타내며, 만약 어느 한 응답자가 군집  $i$ 와 같은 비용이익 인식유형을 가지고 있을 경우는 1로 그렇지 않을 경우는 0으로 입력하였다. 즉, 본 연구에서는 각 유형별 로짓분석을 통해 각 유형에의 소속 여부에 대한 독립변수의 영향을 분석하였는데, 다항 로짓분석을 이용하지 않은 이유는 통계 패키지상의 한계 때문이었다.

독립변수중 대응행동 관련변수들은 연속변수로 포함되었고 인구통계적 변수들은 더미변수로 포함되었다. 먼저 FEMALE은 성별의 더미변수를 나타내고(여성 vs. 남성), YEAR1~YEAR3는 학년의 더미변수(3학년, 4학년, 대학원·졸업2년 이내 vs. 1·2학년), COURSE1~COURSE4는 전공학과의 더미변

수(인문·법대, 경상대, 이공대, 가정·사범대 vs. 예·체·의·농대), INCOME1~INCOME4는 월평균 가계소득의 더미변수(100-199만원, 200-299만원, 300-399만원, 400만원 이상 vs. 99만원 이하)를 나타낸다.

### 5. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 살펴보면 첫째, 조사대상자의 성별은 전체적으로 남자가 50.2%, 여자가 49.8%로 거의 같은 비율이었으며 지역적으로도 비슷하게 표집되었다. 둘째, 조사대상자의 학년은 대학원생·졸업 2년 이내(32.0%), 4학년(30.7%), 3학년(23.5%), 1·2학년(13.8%)의 순으로 대학원생·졸업 2년 이내의 비율이 가장 높게 나타났다. 셋째, 전공 학과를 살펴보면 이공대(26.4%), 인문·법대(23.3%), 가정·사범대(21.0%), 예체능·농·의대(10.8%) 순으로 이공대가 가장 많은 것으로 나타났으나 비교적 전공비율이 고르게 분포되었다. 넷째, 월평균 용돈을 보면 20-29만원(37.2%), 10-19만원(28.7%), 30-39만원(21.7%), 9만원이하(13.1%)의 순으로 절반이상(65.9%) 학생이 10만원에서 29만원 정도의 월평균 용돈을 지출하고 있는 것으로 나타났다. 지역에 따른 월평균 용돈은 서울 27만원, 청주 22만3천원으로 나타났다. 다섯째, 월평균 가계소득은 100만원-199만원(35.7%)의 비율이 가장 높게 나타났으며 다음으로 200-299만원(28.12%), 300-399(13.5%)의 순으로 나타났다.

## IV. 분석결과 및 해석

### 1. 소비자대응행동에 대한 비용이익 인식의 유형화 및 유형별 특성

조사대상자들의 대응행동에 대한 비용이익 인식 유형을 분류하기 위해 군집분석을 사용하였다. 군집 분석결과 4개의 유형이 도출되었는데 각 군집에 포함된 응답자의 수는 비교적 고르게 분포되어 1군집은 167명, 2군집과 3군집은 각각 119명, 4군집은 134

명으로 비교적 고르게 나누어졌다. 각 군집의 특징은 <표 2>, <표 3>에 나타나 있는데, 먼저 <표 2>에서 각 유형들의 특징을 파악하기 위해 각 유형별로 비용인식도와 이익인식도의 평균을 계산하고 이를 전체 평균 및 분산과 비교해 보았다. 그 결과 평균값이 '전체평균- $\frac{1}{2}$ 분산' 보다 작은 경우는 저비용(또는 이익), '전체평균- $\frac{1}{2}$ 분산' 과 '전체평균+ $\frac{1}{2}$ 분산' 사이에 있는 경우는 중비용(또는 이익), '전체평균+ $\frac{1}{2}$ 분산' 보다 큰 경우는 고비용(또는 이익)으로 명명하기로 하였다. 따라서 도출된 4개의 군집은 '고비용저이익 인식형' '고비용고이익 인식형' '저비용중이익 인식형' '중비용중이익 인식형' 으로 명명되었다. <표 2>를 보면 군집1과 군집2의 경우는 비용인식도의 평균값은 거의 같으나 군집1은 이익을 아주 낮게 인식하는 반면, 군집2는 이익을 매우 높게 인식하는 특징을 가지고 있었다. 그리고 군집3과 군집4는 이익을 중간 정도로 인식하는 경향은 비슷하나 군집3은 비용을 낮게 인식하는 반면, 군집4는 비용도 중간정도로 인식하고 있었다.

#### 1) 군집1: 고비용저이익 인식형

군집1은 대응행동을 하는 비용을 매우 크게 인식하는 반면 대응행동을 통해 얻을 수 있는 이익은 매우 낮을 것으로 생각하고 있는 군집이다. 특히 이익인식도가 네군집중 가장 낮게 나타나고 있으며 비용인식도는 군집2와 함께 가장 높게 나타나고 있다. <표 3>을 보면 군집1의 경우 비용인식 문항들의 평균값이 전반적으로 높으나, 특히 '대응행동을 해서 부정적인 이미지를 주고 싶지 않다.' '대응행동을 하려고 노력하는 것이 귀찮다.' '대응행동을 하려고 담당자와 싸우는 것이 피곤하다.' 등의 평균값이 네 군집 중 가장 높게 나타나 대응행동 비용 중심리적 비용을 특히 크게 느끼고 있는 것으로 보인다. 이익인식 문항들의 평균값은 전체적으로 매우 낮으며 '수강료(교재비)를 돌려 받을 수 있다.' '다른 강사로 바뀔 수 있다.'를 제외한 모든 문항의 평균값이 네 군집 중 가장 낮게 나타나고 있다.

〈표 2〉 대응행동에 대한 비용이익 인식 유형의 분류

평균(S.D.)

비용·이익 인식도	군집				전체 n=539
	1 (고비용저이익 인식) n=167	2 (고비용고이익 인식) n=119	3 (저비용중이익 인식) n=119	4 (중비용중이익 인식) n=134	
비용인식도	27.2(2.93)	27.3(2.88)	19.3(2.91)	25.9(2.92)	25.1(4.17)
이익인식도	16.0(2.67)	24.6(2.98)	22.4(3.82)	20.1(2.46)	20.3(4.42)

\* 저비용(이익) < 전체평균 - 1/2 S.D.                          전체평균 - 1/2 S.D. < 중비용(이익) < 전체평균 + 1/2 S.D.  
 고비용(이익) > 전체평균 + 1/2 S.D.

〈표 3〉 각 유형별 비용·이익 인식의 문항별 경향

평균(S.D.)

비용인식 및 이익인식 문항	군 집				전 체	
	1 (고비용저이익 인식)	2 (고비용고이익 인식)	3 (저비용중이익 인식)	4 (중비용중이익 인식)		
비용 인식	대응행동을 하기 위해 직접 학원에 가야 하는게 귀찮다	3.63 (0.83)	3.81 (0.77)	2.68 (0.93)	3.69 (0.81)	3.47 (0.95)
	소비자단체나 소비자보호기관에 가는 것이 귀찮다	4.05 (0.74)	4.16 (0.65)	3.00 (1.09)	4.28 (0.57)	3.89 (0.92)
	대응행동을 해서 해결되기까지 시간이 너무 많이 든다	4.39 (0.72)	4.38 (0.74)	3.72 (0.86)	4.56 (0.63)	4.27 (0.82)
	어느 곳에 대응행동을 할지 모른다	3.84 (0.89)	3.92 (0.85)	2.66 (0.96)	3.28 (1.04)	3.45 (1.05)
	대응행동을 해서 부정적인 이미지를 주고 싶지 않다	3.50 (1.01)	3.50 (0.95)	2.22 (0.95)	3.14 (1.03)	3.13 (1.11)
	대응행동을 하려고 노력하는 것이 귀찮다	3.65 (0.82)	3.56 (0.86)	2.30 (0.92)	3.22 (0.91)	3.23 (1.01)
	대응행동을 할 때 담당자와 싸우는 것이 피곤하다	4.08 (0.70)	4.00 (0.81)	2.69 (1.04)	3.69 (0.96)	3.65 (1.03)
이익 인식	대응행동을 하면 수강료(교재비)를 돌려받을 수 있다	1.85 (0.76)	2.93 (1.09)	2.64 (1.08)	1.78 (0.78)	2.25 (1.04)
	대응행동을 하면 다른 강사로 바뀔 수 있다	1.87 (0.83)	3.18 (1.02)	2.71 (0.97)	1.61 (0.60)	2.29 (1.06)
	대응행동을 하면 문제점이 개선되어 다른 소비자의 피해를 막을 수 있다	2.38 (0.81)	4.12 (0.69)	3.57 (0.93)	2.73 (1.00)	3.10 (1.10)
	대응행동을 하면 학원에서 문제행위를 중지할 것이다	1.93 (0.71)	3.16 (0.91)	2.99 (0.97)	2.19 (0.84)	2.50 (0.99)
	대응행동을 하면 마음이 후련하다	2.54 (0.82)	3.26 (0.92)	3.30 (0.97)	3.60 (0.84)	3.13 (0.97)
	대응행동을 하면 학원 측에도 좋은 일이라 생각된다	2.61 (0.81)	3.71 (0.78)	3.50 (0.96)	4.05 (0.74)	3.40 (1.00)
	대응행동을 하면 장기적으로 교육서비스의 질이 나아진다	2.83 (0.93)	4.19 (0.73)	3.67 (0.98)	4.19 (0.81)	3.65 (1.05)

2) 군집2: 고비용고이익 인식형

군집2는 대응행동을 하는 비용을 높게 인식하는 동시에 이익도 높게 인식하는 군집이다. 즉 대응행동에 대한 비용인식도와 이익인식도의 평균값이 네 군집 중 가장 높게 나타나고 있다. <표 3>을 보면 비용인식 문항 중에서는 특히 '대응행동을 하기 위해 직접 학원에 가는게 귀찮다.' '어느 곳에 대응행동을 할지 모른다.' '대응행동을 해서 부정적인 이미지를 주고 싶지 않다.' 등의 평균값이 네 군집 중 가장 높게 나타났다. 이익인식도 문항들의 평균값은 전체적으로 높으며 특히 '대응행동을 하면 마음이 후련하다.' '학원 측에도 좋은 일이라 생각된다.'를 제외한 모든 문항의 평균값이 네 군집 중 가장 높게 나타나고 있다.

3) 군집3: 저비용중이익 인식형

군집3은 네 군집 중 비용을 가장 적게 인식하면서 이익은 중간정도로 인식하는 집단이다. 이익인식도의 평균값이 네 군집 중 두 번째로 높게 나타나, 군집의 성격으로 볼 때 완전히 대립되는 것은 아니지만 군집1과 반대적 성격을 지닌 군집이라고 할 수 있겠다. <표 3>을 보면 비용인식 모든 문항의 평균값이 네 군집 중 가장 낮은 특징을 보여주고 있다. 그리고 이익인식 문항의 평균값에 있어서는 '학원 측에도 좋은 일이라 생각된다.' '장기적으로 교

육서비스의 질이 나아진다.'를 제외하고는 두 번째로 높은 경향을 보여주고 있다.

4) 군집4: 중비용중이익 인식형

군집4는 대응행동의 비용과 이익을 중간정도로 인식하는 군집이다. 그러나 '소비자단체나 소비자보호기관에 가는게 귀찮다.' '대응행동을 해서 해결되기 까지 시간이 너무 많이 걸린다.'의 평균값이 네 군집 중 가장 높게 나타나, 대응행동을 하는데 드는 시간과 에너지를 크게 인식하는 특성을 보인다. 그리고 이익인식에 있어서는 '수강료(교재비)를 돌려 받을 수 있다.' '다른 강사로 바뀔 수 있다.'의 평균값은 네 군집 중 가장 낮은 반면, '마음이 후련하다.' '학원 측에도 좋은 일이라 생각된다.' '장기적으로 교육서비스의 질이 나아진다.'의 평균값은 네 군집 중 가장 높게 나타나고 있다. 이러한 결과를 볼 때 군집4는 대응행동을 해서 구체적인 해결책은 얻기 어려울 것으로 생각하는 반면, 대응행동을 하면 결국 소비자나 학원측 모두에게 바람직한 결과가 있을 것으로 생각하는 특성을 보여준다고 할 수 있다.

2. 소비자대응행동의 비용이익 인식유형에 따른 대응행동 관련 특성

대응행동에 대한 비용이익 인식유형에 따라 대응

<표 4> 대응행동에 대한 비용이익인식 유형별 대응행동 관련특성

평균(S.D.)

대응행동관련변수		군 집				F값
		1 (고비용저이익 인식)	2 (고비용고이익 인식)	3 (저비용중이익 인식)	4 (중비용중이익 인식)	
대응행동에 대한 태도	평균(S.D.) Scheffé	25.06(4.17) a	26.09(4.20) ac	26.68(4.63) bc	27.68(4.47) b	9.279***
대응행동 성공에 대한 자신감	평균(S.D.) Scheffé	10.80(3.72) a	14.72(4.04) b	13.83(3.80) b	10.78(3.79) a	37.883***
대응행동에 대한 지식	평균(S.D.) Scheffé	5.36(2.51) a	6.75(2.16) b	6.37(2.47) b	6.60(2.23) b	10.594***

\*\*\* P<.001

\* 숫자 밑의 밑줄은 각 유형 중 평균값이 가장 높게 나온 경우임.

행동 관련특성에 차이가 있는가를 살펴보면 <표 4>와 같다. 먼저 대응행동에 대한 태도에 있어서는 군집4(중비용중이익)가 가장 긍정적인 태도를 가지고 있는 것으로 나타났고 군집1(고비용저이익)이 가장 부정적인 태도를 가지고 있는 것으로 나타났으며, Scheffé 검증결과에서도 두 집단간에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

군집1의 경우 대응행동을 하는 비용을 높게 인식하고 이를 통해 얻을 수 있는 이익은 낮게 인식하는 군집이므로, 대응행동에 대한 태도가 낮은 것은 당연히 예상되는 결과이다. 그런데 군집4(중비용중이익)의 경우는 대응행동에 대한 태도가 가장 높게 나타났는데, 특히 이익인식도는 비슷하나 비용을 더 낮게 인식하는 군집3(저비용중이익)보다도 긍정적 태도를 가지고 있었다. 이는 군집4의 경우 대응행동을 하면 '확원 측에도 좋은 일이라 생각된다.' '장기적으로 교육서비스의 질이 좋아진다.' 등의 평균값이 네 군집 중 가장 높아, 대응행동을 함으로써 학원측에도 긍정적 결과가 초래될 것이고 장기적으로 교육서비스의 질이 나아진다고 생각하는 등 대응행동의 결과를 긍정적으로 보는 사고를 갖고 있

기 때문인 것으로 보여진다.

다음으로 대응행동 성공에 대한 자신감에 있어서는 대응행동에 대한 태도의 평균 점수가 가장 높았던 군집4가 가장 낮은 평균값을 보인다. 이러한 결과는 군집4의 경우 대응행동의 장기적인 결과를 긍정적으로 보지만 구체적인 해결책을 얻기는 어려울 것으로 생각하는 경향을 반영하는 것이다. 한편 군집1(고비용저이익)의 경우는 대응행동에 대한 태도가 네 군집 중 가장 낮게 나타났는데, 대응행동성공에 대한 자신감도 군집4와 거의 비슷한 정도로 낮게 나타나고 있다. Scheffé검증 결과 군집1, 4와 군집2, 3간에 유의한 차이가 있음이 나타나고 있다.

대응행동에 대한 지식에 있어서도 대응행동에 대한 태도와 대응행동 성공에 대한 자신감 모두가 낮게 나타난 군집1(고비용저이익)의 평균값이 가장 낮게 나타났다. 그리고 비용을 가장 낮게 인식한 군집3(저비용중이익)의 평균값이 다음으로 낮게 나타나는데, 이는 군집3의 대응행동에 대한 지식이 부족한 것이 대응행동에 대한 비용을 낮게 인식하는 요인이 될 수도 있다는 것을 보여준다. Scheffé 검증 결과 군집1과 다른 군집들 간에 차이가 있는 것으

<표 5> 대응행동에 대한 비용이익 인식유형별 대응행동

평균(S.D.)

대응행동 유형			군 집				F값
			1 (고비용저이익 인식)	2 (고비용고이익 인식)	3 (저비용중이익 인식)	4 (중비용중이익 인식)	
사적 대응행동	가족, 친지, 친구들에게 구전	평균(S.D.) Scheffé	3.18(0.99) a	3.39(1.17) ab	3.17(1.10) a	3.72(1.05) b	7.093***
	학원측에 불만사항 시정요구	평균(S.D.) Scheffé	1.87(0.99) a	2.05(1.12) ab	2.41(1.25) b	2.08(1.15) ab	5.508**
공적 대응행동	학원측에 환불요구	평균(S.D.) Scheffé	1.50(0.83)	1.60(0.98) n.s.	1.66(0.99)	1.59(1.01)	0.725
	소비자단체, 기관에 호소	평균(S.D.) Scheffé	1.27(0.62) a	1.33(0.68) ab	1.54(0.97) b	1.21(0.59) a	5.025***
	신문, 방송, PC통신 매체 등에 알립	평균(S.D.) Scheffé	1.34(0.74)	1.40(0.80) n.s.	1.60(1.02)	1.32(0.80)	2.846*

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

※ 숫자 밑의 밑줄은 각 유형 중 평균값이 가장 높게 나온 경우임.

로 나타났다.

이상의 결과를 종합해보면 군집1(고비용저이익)은 네 군집중 대응행동에 대한 태도와 대응행동 성공에 대한 자신감, 대응행동에 대한 지식이 모두 낮은 특징을 보인다. 그리고 군집2(고비용고이익)는 네 군집 중 대응행동에 대한 태도는 비교적 낮은 반면 대응행동 성공에 대한 자신감과 대응행동에 대한 지식은 가장 높은 특징을 보인다. 군집3(저비용중이익)의 경우는 네 군집 중 대응행동에 대한 태도와 대응행동 성공에 대한 자신감은 비교적 높은 반면 대응행동에 대한 지식은 비교적 낮은 특징을 보인다. 그리고 군집4(중비용중이익)는 네 군집 중 대응행동에 대한 태도가 가장 긍정적이고 대응행동 지식은 비교적 높은 반면 대응행동 성공에 대한 자신감은 매우 낮은 특징을 보인다.

대응행동에 대한 비용이익 인식 유형에 따라 대응행동에 차이가 있는가를 <표 5>에서 살펴보면 “학원 측에 환불요구”하는 대응행동을 제외한 모든 대응행동에 있어서 유의한 차이가 나타나고 있다. 먼저 사적 대응행동인 “가족, 친지, 친구들에게 구전”하는 대응행동은 군집4(중비용중이익)가 가장 많이 하는 반면 군집3(저비용중이익)과 군집1(고비용저이익)이 가장 적게 하는 것으로 나타났다. Scheffé 검증결과에서도 군집1, 3과 군집4와의 사이에 유의한 차이가 나타나고 있다. 다음으로 “학원측에 불만사항 시정요구”하는 대응행동은 군집3(저비용중이익)이 가장 많이 하는 반면 군집1(고비용저이익)이 가장 적게 하는 것으로 나타났으며, Scheffé 검증결과에서도 두 집단간에 유의한 차이가 있음이 나타나고 있다. “소비자단체, 기관에 호소”하는 대응행동에 있어서도 군집3(저비용중이익)가 가장 많이 하는 것으로 나타났으며 군집4(중비용중이익)가 가장 적게 그리고 군집1(고비용저이익)이 다음으로 적게 하는 것으로 나타났다. Scheffé 검증결과 군집3과 군집1, 4간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타나고 있다. 그리고 “신문, 방송, PC통신 매체에 알림”의 대응행동도 “소비자단체, 기관에 호소”하는 대응행동과 마찬가지로 군집3(저비용중이익)의 대응행동 수준이 가장 높은 것으로 나타났으며 군집4(중비용중

이익)와 군집1(고비용저이익)의 대응행동 수준이 낮게 나타나고 있다. 그러나 Scheffé 검증결과는 유의하게 나타나지 않았다.

이상의 결과를 종합해 보면 군집3(저비용중이익)의 경우 공적 대응행동인 “학원 측에 불만사항 시정요구”와 “소비자단체, 기관에 호소” “신문, 방송, PC통신매체 등에 알림”의 대응행동은 네 군집중 가장 많이 하는 반면, 사적 대응행동인 “가족, 친지, 친구들에게 구전”하는 대응행동은 네 군집 중 가장 적게 하는 것으로 나타났다. 군집1(고비용저이익)의 경우는 모든 대응행동 수준이 매우 낮게 나타나고 있다. 그리고 군집4(중비용중이익)의 경우는 사적 대응행동인 “가족, 친지, 친구들에게 구전”을 가장 적게 하는 반면 공적 대응행동인 “소비자단체, 기관에 호소”와 “신문, 방송, PC통신매체 등에 알림”의 대응행동 수준은 가장 낮은 것으로 나타나고 있다.

### 3. 소비자대응행동의 비용이익 인식유형에 따른 인구통계적 특성

대응행동에 대한 비용이익 인식 유형에 따라 인구통계적 특성에 차이가 있는가를 <표 6>에서 살펴보면 학년에 대해서만 유의한 차이가 나타나고 있다. 즉 군집1(고비용저이익)과 군집2(고비용고이익)의 경우는 1·2·3학년의 비율이 상대적으로 많으며 군집3(저비용중이익)의 경우는 4학년, 군집4(중비용중이익)의 경우는 대학원·졸업2년 이내의 비율이 상대적으로 많은 것으로 나타났다. 그리고 통계적으로 유의미하게 나타나지는 않았으나 군집2(고비용고이익)의 경우는 여성들의 비율이 상대적으로 높으며 군집3(저비용중이익)과 군집4(중비용중이익)의 경우는 남자들의 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 또한 월평균 가계소득의 경우도 유의미하게 나타나지는 않았으나 99만원 이하 집단의 경우 군집1(고비용저이익)의 비율이, 그리고 300만원 이상인 집단의 경우 군집4(중비용중이익)의 비율이 상대적으로 높게 나타났으며 100-299만원 집단의 경우는 군집4(중비용중이익)의 비율이 상대적으로 작게 나타났다.

〈표 6〉 대응행동에 대한 비용이익인식 유형별 인구통계적 특성

%(빈도)

대응행동관련변수		군 집				$\chi^2$ 값
		1 (고비용저이익 인식)	2 (고비용고이익 인식)	3 (저비용중이익 인식)	4 (중비용중이익 인식)	
성별	남	47.3(79)	42.0(50)	54.6(65)	55.2(74)	5.982 (df=3)
	여	52.7(88)	58.0(69)	45.4(54)	44.8(60)	
전체		100(167)	100(119)	100(119)	100(134)	
학년	1·2·3학년	39.8(66)	41.2(49)	31.9(38)	31.3(42)	7.168* (df=6)
	4학년	27.7(46)	28.6(34)	36.1(43)	28.4(38)	
	대학원·졸업2년 이내	32.5(54)	30.3(36)	31.9(38)	40.3(54)	
전체		100(166)	100(119)	100(119)	100(134)	
전공학과	인문·법대	23.6(39)	24.4(29)	18.6(22)	26.3(35)	14.024 (df=12)
	경상대	13.9(23)	16.8(20)	16.9(20)	21.8(29)	
	이공대	28.5(47)	21.0(25)	28.0(33)	27.1(36)	
	가정·사범대	21.8(36)	28.6(34)	21.2(25)	18.0(24)	
	예체·의·농대	12.1(20)	9.2(11)	15.3(18)	6.8(9)	
전체		100(165)	100(119)	100(118)	100(133)	
월평균 가계소득	99만원 이하	14.9(23)	12.0(13)	11.8(13)	11.9(14)	6.203 (df=6)
	100-299만원	63.6(98)	65.7(71)	68.2(75)	60.2(71)	
	300만원 이상	21.4(33)	22.2(24)	20.0(22)	28.0(33)	
전체		100(154)	100(108)	100(110)	100(118)	

\* p&lt;.05

## 4. 소비자대응행동의 비용이익 인식유형의 결정요인

군집분석에 의해 분류된 대응행동에 대한 비용이익 인식유형의 결정요인을 파악하기 위해 로짓분석을 실시한 결과는 〈표 7〉과 같다. 로짓분석은 처음에 계획한 것과 달리 모형1과 모형2로 나누어 실시하였는데 이는 앞의 분산분석과 교차분석에서 대응행동 관련변수들의 경우 모두 유의미하게 나왔으나 인구통계적 변수들의 경우 학년을 제외하고는 유의미하지 않게 나타났기 때문에, 우선 대응행동 관련변수들로 모형을 구성한 후(모형1) 인구통계적 변수가 예측변수로 추가될 때(모형2) 종속변수를 예측하는데 있어 기여율이 어떻게 변화되는가를 보고자 함이었다. 따라서 처음에 설정했던 모형은 모형2가 되고 모형1은 다음과 같다.

$$Lc' = \ln(p/(1-p)) = a_{16} + a_{17}ATTITUDE + a_{18}SUCCESS + a_{19}KNOWLEDGE + ei$$

모형1의 분석결과 모든 로짓모형은 적합한 것으로 나타났으며, 각 모형으로 각유형에 속할 확률을 예측할 수 있는 정도는 각각 71.6%, 76.7%, 77.5%, 75.8%로 높은 편이었다. 로짓분석 결과, 군집1(고비용저이익)에 속할 확률을 설명하는 데는 대응행동 관련변수 모두가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 즉 대응행동에 대한 태도가 부정적일수록, 대응행동 성공에 대한 자신감이 낮을수록, 대응행동에 대한 지식이 낮을수록 이 군집에 속할 확률이 높은 것으로 나타났다. 다음으로 군집2(고비용고이익)에 속할 확률을 결정하는 요인을 살펴보면 대응행동 성공에 대한 자신감과 대응행동에 대한 지식만이 유의미하게 나타났는데, 대응행동 성공에 대한 자신감이 높을수록 대응행동에 대한 지식이 낮을수록 이 군집에 속할 확률이 높은 것으로 나타났다. 군집3(저비용중이익)의 결정요인으로는 대응행동 성공에 대한 자신감만이 유의미하게 나타나 대응행동성



<표 7> 대응행동에 대한 비용이익 인식유형의 결정요인

독립변수		모형1				모형2			
		1 (고비용 저이익 인식)	2 (고비용 고이익 인식)	3 (저비용 중이익 인식)	4 (중비용 중이익 인식)	1 (고비용 저이익 인식)	2 (고비용 고이익 인식)	3 (저비용 중이익 인식)	4 (중비용 중이익 인식)
대응 행동 관련 변수	대응행동에 대한 태도	-.091***	-.026	.032	.087***	-.095***	-.024	.022	.104***
	대응행동성공에 대한 자신감	-.146***	.177***	.108***	-.135***	-.152***	.166***	.100***	-.114***
	대응행동에 대한 지식	-.181***	.118*	.002	.108*	-.165***	.114*	.021	.081
인구 통계적 변수	성별 (남자)								
	여자					-.346	-.320	.316	.376
	학년 (1·2·3학년)								
	4학년					-.027	-.455	.460	-.001
	대학원·졸업2년					-.303	-.236	.073	.452
	전공학과								
	(예체의능대)								
	인문법대					-.264	.400	-.838*	1.033*
	경상대					-.563	.450	-.750	1.250*
	이공대					-.045	.155	-.624	.893
가정사범대					-.371	.546	-.685	.847	
월평균가계소득									
(99만원이하)									
100-299만원					-.187	-.041	.173	.152	
300만원이상					-.304	-.121	-.089	.645	
$\chi^2$	75.07	56.78	20.21	45.14	72.70	53.45	25.84	51.87	
df	3	3	3	3	12	12	12	12	
모형유의도	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
예측성공율(%)	71.6	76.7	77.5	75.8	73.8	76.6	76.4	77.2	

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

공에 대한 자신감이 높을수록 이 군집에 속할 확률이 높아지는 것으로 나타났다. 끝으로 군집4(중비용 중이익)의 결정요인으로는 대응행동 관련변수 모두가 유의미하게 나타났는데 대응행동에 대한 태도가 긍정적일수록, 대응행동성공에 대한 자신감이 낮을수록, 대응행동에 대한 지식이 많을수록 이 군집에 속할 확률이 높아지는 것으로 나타났다.

다음으로 모형2의 분석결과를 보면, 모든 로짓모형이 적합한 것으로 나타났으며, 모형2의 예측성공율은 각각 73.8%, 76.6%, 76.4%, 77.2%로 높은 편이었다. 그러나 이를 모형1과 비교해보면 예측변수로

서 인구통계적 변수를 추가했을 경우 종속변수 예측에 있어 그리 큰 기여를 하지 않을 뿐 아니라 예측성공율이 다소 낮아지는 경우도 있었다. 로짓분석 결과, 군집1(저비용고이익)과 군집2(고비용고이익)의 결정요인에 있어서는 모형1의 경우와 동일하게 나타났다. 그리고 군집3(저비용중이익)에 있어서는 모형1에서처럼 대응행동 성공에 대한 자신감이 높을수록 이 군집에 속할 확률이 높은 반면, 예체의능대에 비해 인문법대에 속할수록 이 군집에 속할 가능성이 작은 것으로 나타났다. 그리고 군집4(중비용 중이익)의 결정요인으로는 모형1에서 나타난 대응

행동에 대한 태도와 대응행동 성공에 대한 자신감 외에 인문법대와 경상대가 유의미하게 나타나고 있다. 즉 대응행동에 대한 태도가 긍정적일수록, 대응행동성공에 대한 자신감이 낮을수록, 그리고 예체의 농도에 비해 인문법대나 경상대인 경우에 군집4에 속할 확률이 높은 것으로 나타났다.

## V. 결론 및 제언

본 연구에서는 소비자피해나 불만족에 대한 소비자들의 대응행동은 소비자권리를 실현하고 실질적인 보상을 얻어낼 수 있을 뿐만 아니라 기업과 정부측에도 긍정적인 의미를 갖는다는 전제하에, 대응행동의 장애요인과 촉진요인인 대응행동의 비용과 이익의 인식에 대한 연구를 하였다. 특히 소비자들이 대응행동의 비용과 이익을 인식하는 실제적 경향을 파악하기 위해 군집분석을 통하여 대응행동의 비용과 이익 인식 유형을 도출하였으며, 각 유형에 따라 인구통계적 특성이나 대응행동 관련 특성에 차이가 있는지를 분석하였고 각 유형의 결정요인을 파악해 보았다.

군집분석 결과 조사대상자들의 대응행동에 대한 비용이익 인식유형은 고비용저이익 인식형, 고비용고이익 인식형, 저비용중이익 인식형, 중비용중이익 인식형 등의 네가지 유형으로 분류되었다. 이 중 고비용저이익 인식형은 대응행동의 비용을 크게 인식하고 이익은 낮게 인식하는 집단으로 대응행동에 대한 태도, 대응행동 성공에 대한 자신감, 대응행동에 대한 지식 등이 네 유형 중 가장 낮을 뿐만 아니라 사적·공적 대응행동 수준도 매우 낮은 특성을 보인다. 따라서 이런 유형의 소비자들은 대응행동과 관련된 모든 측면에서 가장 문제있는 소비자집단이라고 할 수 있다. 그러므로 대응행동의 필요성을 인식하는 것에서부터 시작하여 소비자권리 의식, 소비자피해보상과 관련된 내용, 구체적인 대응행동 방법 등 다양한 소비자교육의 필요성이 매우 크다 하겠다. 특히 다른 유형에 비해 저학년들인 1·2·3학년의 비율이 상대적으로 높으므로 이들을 대상으로 한

소비자교육이 필요하다. 최근에 중고등학교 교과과정에 소비자의 권리나 피해구제에 대한 내용이 많이 포함되어 있는데도 불구하고, 대학 1·2·3학년에서 고비용저이익 유형의 비율이 상대적으로 높게 나타났으므로 대학생들이 교양과목을 통해서 소비자교육 관련 내용을 반드시 습득할 수 있어야 한다. 대학마다 소비자 관련 교과목이 교양 과목으로 개설되어 있기는 하나 주로 선택 과목으로 되어 있어, 학생들이 선택을 하지 않을 경우 교육을 받을 기회가 별로 없다. 따라서 전국민이 소비자이고 소비자의 역할을 바람직하게 수행하는 것이 소비자 자신 뿐만 아니라 기업, 정부측에도 긍정적인 효과를 가진다는 점에서 볼 때, 대학생들이 선택하게 되는 많은 교양 과목 중 소비자 관련 교과목을 반드시 수강할 수 있도록 하는 방안의 마련이 필요하다 하겠다.

다음으로 고비용저이익 유형과 완전한 대립은 아니지만 반대적 성격을 띠는 저비용중이익 인식 유형은 대응행동에 대한 태도와 대응행동성공에 대한 자신감이 비교적 높고 대응행동에 대한 지식은 비교적 낮은 특징을 보이며, 대응행동에 있어서는 사적 대응행동 수준이 네 유형 중 가장 낮으나 공적 대응행동 수준은 가장 높은 특징을 보이고 있다. 이러한 결과는 소비자들은 대응행동에 대한 이익이 노력 이상의 가치가 있다고 생각될 때 대응행동을 수행한다는 Landon(1977)의 주장과, 대응행동의 이익이 비용보다 클 때 대응행동을 더 많이 수행한다는 배영상(1986)의 연구와 일관되는 결과를 보여주는 것이다. 또한 대응행동 성공에 대한 자신감이 높을수록 이 유형에 속할 가능성이 높게 나타나, 대응행동의 이익이 비용에 비해 별로 크지 않을 때에도 성공에 확신을 갖는 경우는 대응행동을 취한다는 Richins(1979)의 연구와 일관되는 경향을 보여주고 있다. 그런데 대응행동에 대한 경험이나 지식이 없는 소비자는 문제 및 처리방법, 판매자나 생산자의 책임 등에 대해 잘 알지 못하므로 대응행동에 대한 실제의 성공률은 낮다고 할 수 있다. 그러므로 대응행동에 대한 지식을 많이 습득하도록 하여 대응행동의 실제 성공률을 높이도록 하는 것이 필요한데, 이 유형의 경우 대응행동에 대한 지식수준이 비교

적 낮게 나타났으므로 그 필요성은 더욱 크다 하겠다. 그리고 예체의농대에 비해 인문법대에 속할수록 이 유형에 속할 가능성이 낮는데, 인문법대의 경우 소비자 관련 법 등에 대해 더 잘 알기 때문에 오히려 비용을 크게 인식하는 것으로 여겨진다.

그리고 중비용중이익 인식형은 대응행동을 하는데 드는 시간과 에너지를 크게 인식하는 특성을 보이고 대응행동을 해서 구체적인 해결책을 얻기는 어려울 것으로 생각하는 반면 대응행동을 하면 궁극적으로 소비자나 학원측 모두에게 바람직한 결과를 가져다 줄 것으로 생각하는 유형이다. 따라서 대응행동에 대한 태도가 가장 긍정적인 것으로 나타나며 대응행동에 대한 지식도 비교적 높게 나타나는 반면 대응행동성공에 대한 자신감은 네 유형 중 가장 낮은 특성을 보인다. 대응행동에 있어서는 사적 대응행동 수준은 가장 높으나 공적 대응행동 수준이 매우 낮게 나타나 대응행동에 있어서는 저비용중이익 집단과 상반되는 경향을 보이고 있다. 그리고 대학원·졸업2년 이내의 비율이 상대적으로 높으며 대응행동에 대한 태도가 긍정적일수록, 대응행동성공에 대한 자신감이 낮을수록, 대응행동에 대한 지식이 많을수록, 예체의농대에 비해 인문법대나 경상대에 속할수록 이 유형에 속할 가능성이 높다.

끝으로 고비용고이익 인식형은 대응행동의 비용과 이익을 모두 높게 인식하는 유형으로 대응행동성공에 대한 자신감과 대응행동 지식이 네 유형 중 가장 높으나 대응행동에 대한 태도는 비교적 낮은 특징을 보인다. 사적 대응행동과 공적 대응행동 수준이 모두 네 유형 중 두 번째로 높은 경향을 보인다. 1·2·3학년의 비율이 상대적으로 높으며 대응행동성공에 대한 자신감이 높을수록 대응행동에 대한 지식이 많을수록 이 유형에 속할 확률이 높다.

본 연구결과 인구통계적 변수들이 종속변수 예측에 있어 그리 큰 기여를 하지 않는 것으로 나타났다. 그러나 대응행동을 촉진하기 위한 적절한 정책을 수행하려면 각 유형의 특성을 파악하는 것이 중요하므로 각 유형을 파악할 수 있는 다른 특성 또는 변수들을 밝혀내는 일이 앞으로의 연구에서 필요할 것이다.

## ■ 참고문헌

- 강이주(1997). 소비자들이 지각한 의료서비스 품질 결정요인과 불만호소행동 특성 분석-인천, 부천 지역을 중심으로-. 대한가정학회지, 35(2), 217-234.
- 권경수(1995). 소비자 불평행동에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.
- 권해도(1983). 소비자만족에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.
- 김경희(1987). 소비자 고발행동의 관련요인에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김은미(1983). 소비자 구매후 불만족과 불평행동에 대한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김현경(1991). 소비자 불평행동의 영향 요인 분석. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 류미현, 이승신(1996). 소비자문제 경험과 그 대응행동에 관한 연구. 대한가정학회지, 33(1), 33-43.
- 류미현(1997). 소비자문제 및 불만족에 따른 대응행동. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 박광순(1994). 소비자 불평행동의 영향요인에 관한 실증적 연구. 경남대학교 대학원 박사학위논문.
- 박명희, 이상협(1987). 소비자 불평행동과 관계변수에 관한 연구. 한국가정관리학회지, 5(1), 19-31.
- 박진영(1988). 소비자 불평행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 배영상(1986). 소비자 불평행동과 기업의 대응방안에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 서정희(1995). 의료서비스에 대한 소비자만족과 불만호소. 대한가정학회지, 33(2), 29-41.
- 이규희(1996). 구매행동에 있어서 만족/불만족에 대한 연구. 청주대학교 석사학위논문.
- 이득영(1988). 소비자 만족/불만족과 불평행동에 관한 연구. 부산대학교 석사학위논문.
- 이진국(1996). 소비자불만족과 이의 해결을 통한 서비스 경쟁력의 향상. 한국소비자학회총회 및 학술대회문집.

- 이학식, 안광호(1996). 소비자행동-마케팅전략적 접근. 서울: 법문사.
- 전혜선(1990). 소비자불평행동과 관련 변수에 관한 연구. 부산대학교 석사학위논문.
- 주인호(1994). 소비자의 불만족 요인에 따른 불평행동 유형에 관한 연구. 한국외국어대학교 석사학위논문.
- 정미선(1992). 주부 소비자의 불평행동에 관한 연구 -내구재 및 비내구재를 중심으로-. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 한국소비자보호원(1998). 취업학원 서비스의 문제점 및 개선방안.
- 한국소비자보호원(2000). 소비자피해구제 연보 및 사례집.
- Andreason, A. R. (1985). Consumer Response to Dissatisfaction in Loose Monopolies. *Journal of Consumer Research*, 12, 135-141.
- Andreason, A. R. (1988). Consumer Complaints and Redress: What we Know and What We Don't Know: Maynes & the ACCI Research Committ(Eds.). *The Frontier of Research in the Consumer Interest*, 675-722.
- Barners, J. G. and K. R. Kelloway (1980). Consumerists: Complaining Behavior and Attitudes Toward Social and Consumer Issues. *Advances in Consumer Research*, 7.
- Bearden, W. O. and Teel, J. E. (1983). Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complain Report. *Journal of Marketing Research*, 20(Feb), 21-28.
- Best, A. (1981). *When consumers complain*. New York: Columbia University Press.
- Day R. L. and London, E. L. (1977). Toward a theory of Consumer Complaining Behavior, by Arch G. Woodstick, Jadish N. Sheth & Peter D. Bennett, eds., 437.
- Day R. L. (1980). How Dissatisfaction is Research on Consumer Satisfaction?. *Advances in Consumer Research*, 5, 577.
- Day R. L., Grabicke K., Schaetzle T. and Staubach F. (1981). The Hidden Agenda of Consumer Complaining. *Journal of Reailing*, 57(3), 88-105.
- Day R. L. (1984). Modeling Choice Among Alternative Response to Dissatisfaction, *Advances in Consumer Research*, 11, 496-499.
- Gilly, M.C. (1978). Complaining Consumer: Their Satisfaction with Organization Response, in Day R.L. & Hunt H.K. ed., *New Dimensions of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior*, 99-102.
- Grahaug, K. and Zaltaman, G. (1981). Complainers and Noncomplainers Revisited: Another Look at the Date. *Advances in Consumer Research*, 8, 88-87.
- Gronbois, D., Summers, J. and Frazier, G.L. (1977). *Correlates of Consumer Expectations and Complaining Behavior: Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, ed. R.L.Day, Bloomington, Indian University Press, 18-25.
- Hirshman, Albert O. (1970). *Exit, Voice, and Loyalty*, Combrige, MA: Harvard University Press.
- Jacoby, J. and Jacord J. J. (1986). The Sources, Meaning and Validity of Consumer Complaining Behavior: A Psychological Analysis. *Journal of Retailing*, 57(Fall).
- Jasper, C. R. (1989). Cross-national Difference in Satisfaction/Dissatisfaction and Complaint Behavior Concerning Apparel Products. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 13.
- Kolodinsky, J. (1993). Complaints, Redress, and Subsequent Purchase of Medical Service by Dissatisfied Consumer. *Journal of Consumer Policy*, 16, 196-213.
- Landon, E. L. (1977). A Model of Consumer Complaint Behavior in R. L. Day ed. *Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*, Bloomington, Indiana

- Univ., 31-35.
- Landon, E. L. (1980). The Direction of Consumer Complaint behavior in R.L. Day et al., *Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior* Bloomington. Indiana Univ., 31-35.
- Richins, M. L. (1979). Consumer Complaining Process: A Comprehensive Model, H.K.Hunt and R.L.Day eds., *New Dimensions of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior*, Blooming, Indiana: Univ. of Indiana, 30-35.
- Richins, M. L. (1982). An Investigation of Consumers' Attitudes Toward Complaining. *Advances in Consumer Research*, 9.
- Richins, M. L. (1983). Negative Word-of-Mouth by Dissatisfied Consumer: A Pilot Study. *Journal of Marketing*, 47, 68-78.
- Richins, M. L. and B. J. Verhage (1985). Seeking Redress for Consumer Dissatisfaction: The Role of Attitudes and Situation Factors, *Journal of Consumer Policy*, 8, 29-44.
- Singh, J. (1990). A Typology of Consumer Dissatisfaction Response Styles. *Journal of Retailing*, 66(Spring), 57-99.
- Singh, J. (1991). Industry Characteristics and Consumer Dissatisfaction. *Journal of Consumer Affairs*, 25, 19-56.
- Zaichkowsky, J. and Lifield, J. (1977). Personality Profiles of Consumer Complaint Letter Writer, Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, Paper from a Marketing Research Symposium: Indiana Univ, Bloomington, 124-129.