한 국 가 정 과 학 회 지 7(4) : 71~82. 2004
Korean J. of Human Ecology 7(4) : 71~82. 2004

신용경제사회와 가정경영학의 과제

현 미 옥† · 채 옥 희
원광대학교 생활과학부 가정아동복지학전공 석사과정 · 교수

Credit Economic Society and the Subject of Home Management

Hyun, Mi-Ok† · Chae, Ock-Hi
Dept. of Family Child Welfare, Wonkwang University

Abstract

This study was to understand the credit economic society and the frequency of credit use, and to suggest the method of home management in credit economic society.

First of all, the consumer education of credit will have to convenience the utilization of consumer education, to supply the information of credit value and a contract thinking, and to develop the variety of media and tools in consumer education.

Key Words : credit, credit economic society, home management

Ⅰ. 서 론

경제가 발전하고 소득수준이 향상됨에 따라 국민생활 패턴의 변화와 함께 소비구조, 상품구매 행위에도 많은 변화가 일어나고 있다. 이러한 변화추세에 부응하여 구매행위에도 종래의 현금거래 위주의 거래방식에서 구매는 지금, 지불은 후에(Buy now, Pay latter)라는 신용구매 방식으로 변화되어 가고 있다.

힐데브란트(B. Hilderbrand)는 교환과정을 중심으로 경제의 역사적 발전과정을 세 부분으로 나누었다. 즉, 초기의 물물교환시대로부터 화폐의 교환경제시대로 진전되고, 다시 신용에 의한 신용경제시대에 이른다고 보았으며, 마지막 단계인 '신용경제'가 가장 효율적이고 이상적인 경제체제가 될 것이라고 예상했다. 결국 현대사회는 신용도 재산이라는 의식을 싹트게 하였으며, 여기에 '제3의 화폐'로 불리는 '신용카드'가 등장하게 되었다.

신용카드는 1900년대 초 미국의 유류회사와 지방 백화점에서 처음 사용되기 시작한 것으로, 이른바 무현금 매체(Cashless medium)로 현금 없이 상품구매와 서비스를 구입하는 소비자 신용에 의한 형태이다. 이러한 신용경제의 상징인 신용카드는 기업 및 판매전략 활동뿐만 아니라 가정의 소비생활을 영위하는데 있어서 생활자원으로 등장하였다.

한국의 신용카드산업은 어느 산업보다도 짧은 기간동안에 비약적으로 성장하였다. 1998년 당시 4,111만장이던 카드 발급수가 2002년 말 1억 480만장을 돌파하고 신용카드 이용금액도 62조 9,858억원에서 677조 9,646억원을 넘어서는 등, IMF경제위기를 겪으면서도 신용카드산업은 다른 산업과 달리 급격히 시장규모를 확대하고 있을 뿐만 아니라, 신용사회를 앞당기려는 정부의 정책 의지와 맞물려 그 팽창 속도를 가름하기 어려울 지경에 이르렀다(여신전문금융업협회, 2002).

† Corresponding author : H.P: 010-9668-2187 E-mail : okey98@hanmail.net

이렇게 신용카드산업이 단기간에 급성장 한 것은 정부의 카드산업 장려정책으로 이용대금에 대한 세금감면, 카드영수증 복권화 등을 들 수 있으며 또한 신용사회를 조기에 정착시키기 위하여 가맹점 확대에 따른 대금결제의 다양화와 보급증대로 신용카드 사용을 일상화시킴으로서 편의성을 도모하였고, 국민들의 소비문화 변화에 따른 소비의 고급화·개성화·다양화 등을 들 수 있다(김운봉, 2004, 재인용).

신용카드가 정착된 선진국에서도 신용카드에 의한 과잉소비가 심각한 사회, 경제적 문제로 대두되고 있다. 미국 가정의 반수는 그들의 수입에서 빚을 공제하고 나면 생활비가 없어 단 한달이라도 은행에서 돈을 빌리지 않으면 경제적으로 어렵다고 한다. 즉, 개인의 재산문제는 자아상실, 정신적인 스트레스, 그리고 육체적·심리적 질병을 유발시키기도 한다.

나날이 줄어들고 있는 현금통화에 비례하여 미래의 현금 없는 사회(Cashless Socity)로의 급격한 이행은 신용카드의 사용으로 가정이 본래 가지고 있는 주체성이나 자율성을 잃어버리게 할지도 모른다.

신용카드산업의 발전은 신용사회가 정착되는 기반을 구축하고 시장거래가 투명해지는 등, 사회·경제적인 측면에서 긍정적으로 작용하는 부분이 많다는 것은 인정할 만 하지만 양적인 급팽창은 부실채권의 증가와 이에 따른 신용불량자의 양산, 카드관련 민원이 급증하는 등 여러 가지 부작용 또한 심각한 수준으로, 신용카드산업이 침체되고 경제위기로 이어질 수 있는 현 시점에서 건전한 국민경제의 안정과 신용사회의 완전한 정착을 위한 보완책이 조속히 마련되어야 한다.

따라서 본 연구는 신용경제사회에 대해 알아보고, 신용경제사회에서 제공될 새로운 제도나 수단에 능숙해짐과 동시에 신용카드를 사용하고 있는 가정을 중심으로 신용카드 사용으로 인한 문제점이 가정경영에 미치는 영향을 고찰하고자 한다.

또한 가정경제의 큰 축을 담당하고 있는 신용카드가 건전한 소비문화와 신용사회를 정착시켜 가정경영과 아울러 국가경제의 안정에 도모할 수 있도록 제도적인 측면에서 문제점과 개선방안을 문헌고찰하여 가정경영 교육에 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 본 론

1. 신용경제사회 의미와 발달과정

인류의 오랜 역사를 통해서 소비를 위한 재화, 서비스의 조달을 둘러싸고 여러 가지 형태가 나타났다. 크게는 자급자족, 물물교환, 화폐에 매개된 교환이라고 하는 형태가 현대에 이르러 신용이라고 하는 거래 형태로 발전하였다.

신용거래는 최근에 발생된 것이 아니다. 이는 전통적인 공동체 단위인 씨족이나 부족사회에서 부락 등의 조직을 기반으로 필수품의 조달을 위해 행하여져 왔고, 또한 단골상점을 통한 판매 신용 관행에서도 달리 볼 수 있으며 인간관계에 기반을 두었다. 그러나 현대에 이르러 이러한 상황들이 도시화·산업화의 진전으로 소비재, 서비스의 윤택한 공급과 욕망의 팽창, 신용공여제도의 급속한 발전과 동시에 가정과 영리적인 경영경제 주체가 정면에서 경제적인 관계를 중재함에 따라, 여기에서 신용이라고 하는 거래 형태가 가정경영상의 문제로 대두되고 있다.

신용의 본질에 대해서, 배크맨(BackMan)은 지불을 받기 위한 수요자에 대한 채권자의 권리라고 하였다. 매치드(Mached)는 신용이란 개인의 명성이며, 미래의 지불약속으로 화폐, 상품, 노동력을 획득할 수 있는 힘이라고 하였다. 즉, 신용이란 인간이 미래에 대금을 지불할 것을 약속하고 그 교환으로 상품과 서비스를 획득할 수 있는 신뢰의 총칭 또는 능력의 표시라 할 수 있다. 따라서 신용경제사회란 신용없는 사람은 행세할 수 없도록 사회적, 경제적 장치가 갖추어져 있는 사회를 말한다(채옥희 외 3인, 2004, 재인용).

신용카드의 기능으로 신용카드 회원은 현금을 소지하지 않고서도 물품을 구입 또는 용역을 제공받을 수 있고, 물품 구입 등 카드사용대금에 대해서는 결제일까지 그 지급이 유예되거나 분할하여 지급이 가능하다.

신용카드 가맹점은 신용거래시 거래상대방의 신용에 대해 직접 조사하거나 확인할 필요 없이 카드회원인지 여부만을 확인하여 안전하게 신용거래를 할

수 있으며, 소비자의 구매욕구를 자극하여 매출을 증대시킬 수 있다.

신용카드회사는 카드회원과의 계약(회원규약)을 맺고, 카드가맹점과도 계약(가맹점규약)을 맺어 양자간의 신용거래를 중개하여 이에 대해 회원 가입비, 할부수수료(현금서비스수수료), 가맹점수수료 등의 수익을 획득할 수 있다.

국가경제 측면에서의 신용카드는 거래의 투명성을 확보하여 세원을 양성화시키는 장점이 있다(금융감독위원회, 2004).

한국에서 최초로 신용카드가 등장한 것은 1969년 7월이다. 당시 신세계백화점에서 발행한 이 신용카드는 자사직원들을 대상으로 발급되고 사내판매의 형식으로 발급되었다는 점에서 신용카드로 부르기에는 다소 어려움이 있을 수 있으나, 현재와 같은 형태인 '플라스틱 카드(plastic card)' 의 모습을 가진다는 점에서 최초의 신용카드로 인정하고 있다.

그 후 1974년에는 미도파 백화점이 일반고객을 대상으로 하는 신용카드를 발급하였으며, 1979년에는 롯데백화점과 기타 유통업체들이 매출촉진과 함께 고객확보를 목적으로 발행하고, 1980년대 초에는 거의 모든 대형백화점에서 신용카드를 발급하였다.

그러나 그 당시의 대형 유통업체를 중심으로 발급된 신용카드는 회원자격 및 사용범위 등이 제한되어 있어 사회적으로 통용되는 데 어려움이 있었다.

신용카드가 우리 소비생활에 밀접하게 다가온 것은 은행들이 신용카드산업에 진출하기 시작하면서부터 이다. 은행계 신용카드는 1978년 외환은행이 제한적이기는 하지만 해외여행자를 대상으로 '비자 인터내셔날(Visa International)' 과 제휴하여 비자카드를 발급하였으나 이 역시 제한된 회원과 가맹점으로 시장에 보급은 제한적일 수밖에 없었다(오무영, 2000, 재인용).

1980년에 들어서 국민은행이 '국민카드' 를 발급하기 시작하였으며, 1982년도에는 조흥·상업·제일·한일· 서울 신탁은행 등 5개 시중은행이 공동으로 설립한 은행신용카드협회(현 비씨카드사)에 의해 은행신용카드가 발급되는 등, 은행들의 전국적인 지점망과 공신력을 바탕으로 신용카드산업에 진출하게 되었으며, 이로 인해 국내에서도 본격적인 신용카드 시대가 열리게 된 것이다.

그 후 은행 신용카드협회는 1983년 9월 현재의 (주)비씨카드로 명칭을 변경하고 1984년에는 중소기업은행·한국주택은행·농협중앙회를 가입시켰고, 1985년에는 대구은행·부산은행·경기은행·경남은행·충청은행을 가입시킴으로서 13개 은행이 비씨카드라는 공동브랜드를 사용하여 신용카드를 발행하게 되었다.

외국계 카드회사는 '다이너스클럽(Diners Club Card)' 이 1984년 4월부터, '아메리칸 익스프레스(American Express)' 가 1984년 6월부터 국내에서 신용카드업무를 시작하였다.

1984년에 접어들어 국내 신용카드산업은 본격적인 성장기를 맞이하게 된다. 정부에서는 1986년 아시안게임과 1988년 서울올림픽에 대비하여 신용사회를 조기에 정착시키고 활성화하기 위하여 각종 제도 등을 완화시키고 장려하였기 때문이다. 이때부터 한국의 신용카드산업은 고도성장기에 접어들게 되며 또한 1987년도에 '신용카드업법' 이 제정되어 이 법을 근거로 신용카드 전업사들이 탄생되었다.

이렇게 카드산업이 활성화되어 1988년에는 은행계카드인 국민카드와 비씨카드 회원이 각각 100만명을 돌파하게 되었으며 이는 신용카드가 국민경제에 상당한 비중을 차지하게 되었다는 것을 말하고 있다.

각 카드사들은 회원모집에 주력하여 1996년에 4,111만장이던 카드 발급수가 2002년 말 1억 480만장이 발행되어 155%의 성장을 하였으며 ,신용카드이용액 또한 1996년에 63조 328억원이던 것이 2002년 말 677조 9,646억원으로 976%의 괄목할 만한 성장을 보였다(금융감독위원회, 2002).

위에서 신용경제사회의 의미와 신용카드발달과정에 대해 알아본 바와 같이 신용이란 인간이 미래에 대금을 지불할 것을 약속하고 그 교환으로 상품과 서비스를 획득할 수 있는 신뢰의 총칭 또는 능력의 표시이며 신용경제사회란 신용 있은 사람이 사회적, 경제적으로 무리 없이 살수 있는 제도적 장치가 갖추어져 있는 사회를 말한다.

2. 신용카드의 이용 현황

신용카드가 제공하는 소비자 신용은 동일한 가격으로 자원의 사용 시기를 바꾸어 주는 기회이며, 이용 가능한 총자산이 증가하는 것은 아니지만 가계의 재정부담 정도를 감소시켜 금전관리에 융통성을 줄 수 있다(Deacon, 1988). 따라서 우리는 가정의 새로운 자원인 신용카드로 물품 및 서비스를 구매하는데 있어 우선적으로 카드를 이용할 것인가의 여부를 결정해야 한다. 뿐만 아니라 이용할 수 있는 다양한 카드 중에서 선택을 해야 할 때, 신용카드의 선택은 다음의 다섯 가지 요인들에 의해 영향을 받게 된다.

① 개인의 특성 - 소득, 연령, 생활주기, 단계, 생활양식
② 신용카드 체계의 특성 - 이자율, 명성, 채무, 특혜
③ 구매하는 항목의 특성 - 가격, 크기, 모양
④ 지불수단이 허용되는 구매 장소의 방침
⑤ 교환이 발생되는 장소의 특성 - 구매환경의 시간 제약, 카드에 의한 채무액, 구매를 위한 욕구 정도 등

신용카드는 위에서 언급된 다섯 가지 요인들에 의해 영향을 받기 때문에, 여러 종류의 신용카드를 소지함으로써 주어진 상황에서 최대로 이용할 수 있다는 유용성이 있다. 그러나 신용카드의 구매가 현금구매보다 초과하기 쉽다. 따라서 신용카드 이용자들 각자는 각 가정이 가족구성원으로서, 그들의 소비가 가계소비에 영향을 미친다는 점을 고려하여, 합리적인 자원사용의 의사결정을 해야 할 것이다.

최근에는 신용카드를 이용한 사금융이 성행하고 있고, 카드 복수 소지가 보편화 되고 있어 일상생활비가 자신의 월간소득 범위를 벗어나거나 다른 채무결제를 위해 계속 현금서비스를 이용하는 사람들도 보여진다.

김성천(1999)은 신용카드관련 과소비, 카드발급 남발, 연체, 범죄 및 부정사용 등을 문제로 파악한 후 신세대 젊은이들의 과소비는 신용을 빚으로 생각하지 않고 하나의 재산이나 권리로 생각하며, 소유가치보다 사용가치를 더 중시하는 경향에 기인한다고 보고하였다.

장수태(2000)는 소비자파산의 대책으로 카드사들의 카드남발방지, 무리한 한도액 증가에 대한 규제 등을 들고 과소비에 대한 소비자교육의 필요성을 강조하였다.

서울 YMCA(2001) 연구에서는 대학생의 40.7%가 신용카드를 소유하고 있으며, 여학생의 카드 소유는 47.0%로 남학생(36.4%)보다 높았고, 연체경험도 20.8%라고 하였다. 그러나 신용불량자 조건과 연체이자에 관해서는 모른다는 응답이 각각 41.2%, 39.1%로 나타나 신용카드의 위험요소에 대한 인식은 낮았다.

김경자(2002)는 신용카드 소유율은 평균 1.5매로 대부분이 1~2매를 소유하고 있으나 사용용도는 병원비 명목(91%)이 가장 많았으며, 연체경험은 32%로 대부분(70%)의 학생들이 신용카드에 관련된 지식이 없다고 보고 하였다.

서울 YMCA(2002)는 카드 사용자 3명 중 1명은 뒷면에 서명을 하지 않은 채 사용하고 있고 카드 대여 경험자도 24.3%나 되며 미사용 카드를 단순히 잘라버리거나 그냥 보관하는 등 부적절한 사용 행태를 보였고, 도난 분실시 보상 예외 내용과 약관을 꼼꼼히 읽는 경우가 적었고(각각 3.5%, 3%), 연체 경험자는 30.4%였으며 특히 5명중 1명이 신용카드 과다사용으로 가족 다툼을 경험한 것으로 나타났다.

김정훈(2002)은 여대생들보다 주부들이 신용을 사용하는 것에 대해 부정적으로 인식하는 경향이 크고, 조건적으로 신용을 사용하는 것에 대해서도 보다 용인하는 태도를 보인다고 설명한다.

신용카드 제도의 운영이 과도기에 놓여 있는 현 상황에서 발행 기업체 주도형, 제도운용의 후진성과 소비자의 라이프스타일 변화, 소속 집단의 동일화, 타인 지향성, 구매방법 외상 또는 차입금에 대한 인식부족 등에 의한 잘못된 의식은 많은 문제를 발생시키고 있다.

신용카드는 가계경제에서 신용도가 낮은 의류나 구두와 같은 쇼핑상품, 자동차 휘발유 같은 편의품 구매에 가장 많이 사용되고 있다. 그러나 신용카드 사용은 소비를 필요 이상으로 조장할 우려가 있다.

또한 소비자 정보의 부족이나 사용상의 부주의로 말미암아 발생하는 신용카드 사용의 피해를 입기도 한다.

위의 신용카드 이용 현황을 알아본 바와 같이 단순히 카드 발급수와 신용카드 이용액이 1996년 보다 2002년 말 급성장 한 것에 비해 카드를 사용하는 소비자는 신용카드 선택에 영향을 주는 요인과 이용하는 방법을 몰라 과소비, 연체, 범죄 등의 부정사용은 물론 여러 문제점이 발견되었다. 따라서 신용사회에 적응하기 위한 소비자 신용교육을 가정, 학교, 사회에서 계속적으로 실시해야 할 것이다.

3. 신용카드의 기능

1) 신용카드의 순기능 측면

신용카드가 갖는 경제적 기능은 매우 다양한데, 신용카드가 가정경제에 대하여 영향을 주는 등 기능하는 바가, 가정경제 운영자의 목표달성을 도와주는 기능을 할 때의 관점을 신용카드의 순기능 측면이라 볼 수 있겠다.

성공적인 가정관리를 하는 주부는 체계적이고 응용력 있게 가정자원의 활용을 계획하고 풍부한 관리지식을 갖고 있으며, 행동성향을 결정하는 동인의 작용으로 어떤 방향이 부여된 동기가 형성된다. 그 다음 단계로는 특정대상에 반응할 준비상태로서의 태도가 형성되고 이들 태도군이 공통된 목표가 최종단계인 가치관과 관계를 갖게 된다. 그러므로 한 소비자 개인이 신용카드를 이용하여 가정을 위한 물품 및 용역을 구입하기로 결정한다는 것은, 가정이라는 소비단위의 의견반영, 문화의 지배, 가정환경과 상호작용, 가정 자원 활용에 관한 지식, 나아가서는 개인의 가치관에 의한 생활태도 등이 종합되어 나타난 결과라고 볼 수 있다.

또한 가정의 임무는 제한된 자금을 이용하여 가족구성원의 욕구를 안전하게 충족시켜주는 것으로, 신용카드의 사용은 이러한 목표달성의 중간 과정으로서의 소비지출 과정 중에 관련되어질 수 있다. 즉, 가정관리자는 현재의 소비를 위해 현재의 소득 중 일부를 저축하는 방법을 채택할 수 있게 된다. 그 중에 현재의 소비를 위해 미래의 소득을 현재화 시키는 소비자 신용을 사용하는 방법을 각 가정에 일반화시킨 매체가 신용카드인 것이다.

신용카드의 사용은 미래의 예상 가능한 소득으로 지불해야 하는 부담을 가지고 화폐, 재화, 용역을 획득하게 하므로 장기적으로 볼 때 이용 가능한 총자원의 양에는 변화가 없으나, 가정의 재정부담을 감소시켜 재정관리에 융통성을 줄 수 있는 기능이 있다(황경애, 1994).

녹색소비자연대는 신용카드의 순기능 측면에 대해

첫째, 신용카드가 제공하는 소비자 신용은 소비자의 재정부담을 감소시켜 금전관리에 융통성을 제공할 수 있다.

둘째, 상품의 대금을 수개월로 나누어 분납함으로써 고가의 상품을 구입할 때 완불하기 전이라도 미리 상품을 사용할 수 있다.

셋째, 좋은 신용거래의 기록은 목돈이 필요한 불의의 사태에 신용을 얻을 수 있는 원천이 된다.

넷째, 현금소지의 불편함이나 도난의 위험이 줄어든다는 편리함이 있다.

다섯째, 신용카드대금 청구서는 가계부 정리 및 예산수립에 도움이 된다.

한국소비자보호원(1999)은 신용카드의 순기능 측면에 대해 신용카드가 제공하는 소비자 신용은 동일한 가격으로 즉, 일정기간까지는 이자를 지불하지 않으면서 자원의 사용시기를 바꾸어 주는 기회를 제공하는 것과 같아서 소비자의 재정부담을 감소시켜 금전관리에 융통성을 제공한다(Deacon & Fire baugh, 1988). 즉 신용카드의 사용은 소비자의 욕구를 보다 효과적으로 시기적절히 충족시켜 주어서 총효용을 증가시킬 수 있다.

또한 상품의 대금을 수개월로 나누어 분납하므로써 고가의 내구소비재 구입시 완불하기 전이라도 상품의 효용을 즐길 수 있다. 뿐만 아니라 어떤 소비자들은 돈을 저축하기 위해서 그들 자신을 통제하는데 서투른 경우가 많다. 그럴 경우에 신용카드로 내구재를 할부 구입하는 것은 강제저축의 효과(De Salvo, 1977; Gordon &Lee, 1977)를 얻는 것이 된다.

신용카드로 물품을 구입하거나 서비스를 받을 경우에는 거래기록이 남으므로 단기적으로 가계부 정리 및 예산수립에 도움이 되며(Burton & Petrello, 1978), 장기적으로 좋은 신용거래의 기록은 목돈이 필요한 불의의 사태에 신용을 얻을 수 있는 원천이 될 수도 있다.

신용카드는 신분이 확실하고 신용이 확보된 사람에게만 발급되므로 신분의 증명과 지위상징의 역할도 할 수 있으며, 카드 발행회사에서 보내는 상품정보와 할인혜택을 활용할 수도 있다.

또한 신용카드로 거래를 할 경우에는 거스름돈을 받거나 돈을 세어야하는 번거로움이 없어지며, 외국여행시에는 일일이 환전할 필요가 없으며 현금소지의 불편함이나 도난의 위험이 줄어든다는 편리함도 있다.

위에서 신용카드의 순기능 측면을 본 바와 같이 신용카드는 거래내역을 밝혀주므로서 경제를 투명하게 하며 신용을 적절히 이용하면 소비흐름을 원활하게 해주어 국민경제를 안정적으로 성장하게 하는 등 긍정적인 효과가 많다. 따라서 신용카드의 더 다양하고 유익한 정보를 익히도록 일반 소비자들에게 교육의 기회를 넓혀 신용경제사회에서 효율적으로 활동할 수 있도록 노력해야 할 것이다.

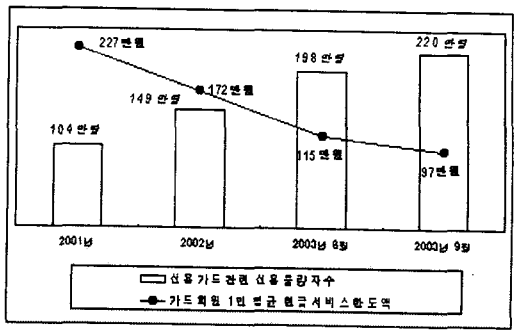
2) 신용카드의 역기능 측면

신용카드는 현명하게 사용하지 못하는 경우 다음과 같은 역기능 측면을 소비자의 경제생활에 초래하게 될 수 있다(황경애, 1994, 재인용).

신용카드는 편리하고, 상대적으로 고통이 없는 지불수단으로 인식되므로, 계획에 입각한 합리적인 소비생활에서 벗어나 필요이상의 구매를 하게 되어 소비를 조장 할 가능성이 있다.

신용카드를 사용하여 현금서비스를 받는 경우 뿐 아니라, 신용카드 사용 대금지불을 연체하게 되는 경우에는 이자를 지불하게 되어 비용이 늘게 된다.

그러나, 일반 소비자들은 이자부담액 등 부채에 대한 총비용보다는 얼마의 기간동안에 갚아야 하는가에 대해서만 주로 관심을 보이는 경향이 있다.



<그림 1> 현금서비스 한도액 및 카드관련 신용불량자수 추이
출처 : 금융감독위원회(2004).

신용카드로 구매한 상품이 미리 계획된 것이 아닌 경우에는 신용카드 대금을 지불하기 위해 새로운 예산이 필요하게 되며, 빚을 갚기 위해 신용카드를 이용하여 현금 서비스를 받는 등, 연쇄적으로 영향을 받아 극단적인 경우에는 가계경제에 파산이라는 위기를 가져올 수도 있다.

도난, 분실의 경우는 소비자가 신용카드의 보관 및 관리를 소홀히 함으로써 초래되며, 타인이 사용할 수도 있다는 위험이 존재한다. 신용카드 가맹점이 신용카드를 사용하는 소비자의 서명을 확실히 대조, 확인하는 절차를 소홀히 함으로써 발생될 수 있다.

매출전표의 금액이 변조되거나 매출전표상의 금액을 변조하여 청구하는 것 등으로 소비자가 매출전표 및 영수증 보관의 의미를 확실히 알고 중요시 여김으로써, 아울러 대금결제 과정을 소비자의 시선이 닿을 수 있는 곳에서 지켜보는 자세를 가짐으로써 예방할 수 있다.

신용카드 이용의 급작스런 양적 증가와 단기간에 걸친 신용카드산업의 경이적인 성장발전에도 불구하고, 사회적 여건과 제도적 장치가 미처 따르지 못해 신용카드거래상의 소비자문제는 끊임없이 발생하고 있다. 휴면카드의 증가, 연체회원의 증가, 불법고리대금업, 매출전표 위·변조, 할부거래 관련 항변권 부인, 부당한 추심 행위, 소비자신용정보의 불법사용 등 언론에서도 신용카드 거래상 소비자문제에 대한 보도가 끊이지 않고 있다. 더구나 일부 소비자의 비계획

적인 신용카드이용에 따라 수입과 상응하지 않는 과소비가 조장되고 있으며 과잉구매와 충동구매로 파산에 이르러 사회적, 가정적, 심리적으로도 치명적인 결과를 초래하고 있다. 이 같은 신용카드의 역기능은 근본적으로 대다수의 소비자가 신용카드에 대한 기초지식이 전반적으로 부족하고 신용카드업자와 가맹점들이 신용카드관계법의 규정을 준수하지 않는데서 기인하며, 근본적으로는 신용카드거래의 적정화를 위한 법제도의 미비에도 책임이 돌아가야 할 것이다(김문환, 1993).

신용카드의 역기능으로 가계의 부채부담에 대한 연구는 요즘 소비자 신용이 확산되는 추세에서 활발히 이루어지고 있는데, 미국가계의 부채소유상태에 관한 연구에 의하면, 조사기구의 72.2%가 부채를 보유하고 있는 것으로 조사되었으며, 특히 가계소득이 많을수록, 가구주의 연령이 낮을수록, 가구주가 백인인 경우, 그리고 주택을 소유한 가계의 경우 부채보유율이 높게 나타났다(Kennickell & Schack - Marquez, 1992). 또한 부채문제가 심각한 가계를 대상으로 부채부담을 조사한 Hira(1990)의 연구에서는 가족수가 많을수록, 가구주 연령이 낮을수록 가계의 부채부담이 큰 것으로 나타났다. 특히, Sullivan & Worden(1986)의 연구결과에서는 소비자신용에 대한 태도가 가계의 부채이용 확률에 대해 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 소비자신용에 대해 긍정적인 태도를 가지는 경우 부채부담이 높게 나타났다.

성영애와 양세정(1995)의 연구에 의하면, 우리나라 도시가계 중 부채를 보유하고 있는 가계는 38.2%였으며, 이들의 연구에서 부채보유 확률은 가계소득, 금융자산, 주택소유여부, 가구주 연령, 거주지역과 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

한국소비자보호원은 2000년 1월부터 6월까지 상반기 6개월 동안의 신용카드 관련 피해구제가 288건으로 1999년 하반기(187건) 대비 54%가 증가한 것으로 나타났다. 신용카드에 대한 피해구제 접수건 중 신용카드의 분실, 도난으로 인한 부정사용 관련 피해가 122건(42.4%)에 달해 예년과 마찬가지로 가장 높은 비율을 보였다.

김성천(1999)는 신용카드의 문제점에 대해 신용카드사의 경쟁적 카드발급은 물론 소비자의 비계획적인 신용카드이용에 따라 수입과 상응하지 않는 과소비가 조장되고 있다고 한다. 매년 신용카드이용금액은 증가하고 있고, 10년 전에 비하면 12배 이상 늘어났다.

신세대 젊은이 사이에서는 신용을 빚으로 생각하지 않고 하나의 재산이나 권리로 받아들이며, 소유가치보다 사용가치를 더 중시하는 경향이 있다. 이러한 가치의식구조는 다수의 신용카드를 소지하게 하며, 이는 곧 구매를 자극하므로 신용카드에 의한 구매가 현금구매를 초과하는 과소비가 되는 경우가 많다.

신용카드수의 증가는 신용카드사의 경쟁적 카드발급에서 기인하는데, 이에 따른 많은 문제점이 노출되고 있다. 신용카드사들이 카드발급 과다경쟁으로 인한 카드발급시 본인여부 및 신용상태 확인소홀, 심사기준의 형식적인 적용 등은 물론 카드사들이 회원의 신용정보를 무단으로 이용하여 회원들의 의사를 묻지 않은 채 무조건 신용카드를 재발급하는 경우도 있다.

한국신용평가가 1998년 4월 발표한 통계에 따르면 신용불량자로 낙인찍힌 사람은 215만 명을 넘고 있고, 10년 전에 비해 30배 이상 증가하였다. 그 중에서도 특히 6개월 이상 장기연체채권의 증가는 신용카드업계 뿐만 아니라 사회전체에 하나의 문제점으로 작용하고 있다. 이러한 연체증가의 원인은 신용카드사 측면에서는 아직 우리나라의 신용사회정착이 미흡한데다가 신용카드사간 회원 확보경쟁으로 카드발급조건을 너무 완화하거나 자격심사를 소홀히 하는 등 신용상태를 제대로 점검하지 않고 마구잡이로 카드를 발급하는데 있고, 소비자측면에서는 가족의 입원 등과 같은 긴박한 자금수요가 발생하거나 IMF 이후 소득이 감소되었을 경우, 무계획한 카드이용과 물품구입 등에 있다.

초기에는 신용카드범죄 및 부정사용 방식이 분실·도난카드의 사용, 매출표 유통, 금액변조 등 단순한 형태로 시작되었으나, 최근에 이르러는 카드 위·변조, 복제 등 신용카드범죄가 점차 기능화 되고 있고 규모도 대규모화되고 있다. 그리고 카드범죄의 활동영

역도 종전에는 국내에서만 주로 발생하던 것이 국외로까지 확대되어 국제거래상 문제점으로 대두되고 있다.

2002년 한국소비자보호원은 인터넷을 통한 신용카드 발급 경험 소비자 1,025명을 대상으로 한 설문조사와 국내의 전업 및 경영 카드사 25개사에 대해 인터넷 카드 발급 실태를 설문조사한 결과, 이용자의 1/3이 피해를 경험했다고 응답했고, 카드사의 신원확인 절차 또한 상당히 미흡해 개선이 필요한 것으로 나타났다. '인터넷 신용카드 발급'과 관련 응답자의 35.8%가 경험한 주요 피해 유형으로는, ▶'발급지연'(48.0%) ▶'소득이 없는 미성년자 등 신용카드 발급 자격이 충분치 못한 소비자에게 신용카드 발급'(37.2%) ▶'신용카드 이용조건이 인터넷상에 고지된 것과는 다른 경우'(21.2%) ▶'신용카드 발급 후 개인정보 유출 경험'(16.5%) 등으로 나타났다(중복응답).

위와 같은 고찰에서 볼 수 있는 바와 같이 신용카드 사용이 가계 경제에 대해 초래하는 역기능으로는 도처에서 소비조장을 통한 충동구매와 과잉구매, 신용카드의 도난 및 분실로 인한 문제, 현금서비스나 연체에 대한 이자율이 높고, 반복사용 습관형성, 가맹점의 불성실한 관리, 가맹점의 고의적 행위 등 소비자 자신과 가맹점 양측 모두로부터 문제 등 여러 가지 형태로 나타나고 있음을 알 수 있다. 따라서 가정이나 학교에서 신용사회를 대비하는 철저한 교육이 요망된다.

4. 신용경제사회에서의 가정경영 적응노력

신용경제사회에 적응할 수 있는 능력을 기르기 위해서는 가정이 지니고 있는 특성에 따라 다음과 같은 점에서 준비해야 한다(채옥희 외 3인, 2004).

① 가정이 자율적인 의사결정 주체라는 점을 항상 강조하면서
② 가정생활 목표를 설정하고 가정생활 설계를 세우며
③ 구매계획을 세우는 현명한 소비자로서
④ 가정자원관리를 위한 지식이나 방법에 능숙할 것 등이 필수적이다.
⑤ 가정은 생활주체자로서 가정의 목표를 명확하게 인식하고, 생활계획을 세워 자원 관리 능력을 향상시켜야 한다.

그러나 신용경제사회가 진행됨에 따라서 이와 같은 자율성이 점차 희박해져 가고 있어 많은 우려를 낳고 있다.

가정생활에 있어 객관적으로 받아들여지고 있는 가정경영의 목표와 가정생활 설계의 부재는 매일매일 주체적으로 대응하면 문제가 발생되지 않지만, 가정 주체자인 가족원 각자가 자각하지 않는다면 가정 존속의 위기에 휘말릴 가능성이 높아진다.

따라서 신용경제사회에 대비하여 준비해야 할 가정경영의 태도를 서술하면 다음과 같다.

① 기호화된 소비

반드시 필수적이라고 할 수는 없는 재화나 서비스를 조달하기 위해서 소비자 신용이 이용되는 경우가 많다는 점에서 소비의 의미를 제고해 본다.

소비에 제공되는 재화와 서비스의 구매동기는 두 가지 측면에서 설명될 수 있다. 첫째는 사용 가치적 측면이고 또 하나는 이미지(image)적인 측면이다. 비교적 가난한 시대의 가정생활에서는 사용가치적인 측면만이 소비 동기형성에 보다 규정적으로 작용하였다. 그러나 현대의 풍요로운 사회에서는 이미지적, 상징적인 측면이 사용가치적인 측면과 동등하거나 그 이상으로 작용한다. 즉, 놀이집단·직장집단·지역사회 등 산업사회의 여러 측면은 재화와 서비스의 소비에 대한 다양한 이미지를 부여한다. 인간은 이것들을 끊임없이 추구하기 때문이다.

이와 같은 상황에서 어떠한 재화와 서비스가 필수적이고 사치적인가를 객관적인 기준에 따라서 의례적으로 확정지으려는 것은 어려운 일이다. 따라서 가족원 각자가 소비생활상을 냉정하게 확인하려는 노력이 있어야 한다. 또한 가정·가족이라고 하는 가장 근접한 사회체계에서 재화와 서비스의 이미지적·상징적인 의미를 확인하여 공유하려는 자세를 가져야 할 것이다.

② 가정유지를 위한 가치규범

가족의 동의를 얻지 않고 소비자 신용을 사용하는 경우가 많다. 즉, 내구 소비재의 구입이나 자금이 외부조달 등 가정생활에서 중요한 계획을 세우는 데 참여하지 않는 것이다. 이것이 소비자 신용상의 복잡성·심각성을 증가시키는 원인이 되고 있다. 따라서 가정을 유지하기 위해서는 가치규범이 가족원의 내면에 존재하도록 노력해야 한다.

파슨스(Parsons)의 모델에 의하면 가치규범은 적응적 가치규범(adaptation: 가족 모두의 물질생활 유지), 목적 달성적 가치규범(goal gratification: 가정생활의 목표를 발견하여 유지한다), 패턴유지·긴장처리적 가치규범(latent-pattern maintenance and tension mangement: 가족원 각자의 욕구를 충족한다)의 범주로 생각할 수 있다. 이러한 것들이 가족원의 의식을 균형있게 하고 개별적 충동 욕구를 제어하면 가정은 원만하게 전개될 수 있다.

③ 계약적 사고

무현금화가 한층 빨리 전개되고, 현재 가장 잘 보급되고 있는 곳은 미국이다. 미국에서 무현금화가 잘 진행되고 있는 가장 중요한 요인은 계약을 둘러싼 많은 사람들의 태도이다. 미국은 종교적·사회적 배경과도 관계가 있지만, 계약적 사고가 가장 깊이 뿌리박고 있는 나라이다. 즉, 거래한 당사자 사이에서 거래의 대상, 방법, 조건에 대한 정보를 교환하고 확인시키는 것이다. 이것이 약정이고 계약서의 형태로 나타난다.

특히 우리나라에서는 무현금의 거래에 대해서 계약 전에 권리·의무를 이해하는 정도로 상세하게 계약서를 읽는 소비자는 드물다. 또 계약서를 양도하면서 거기에 대해서 설명을 해주는 곳도 거의 없으며, 여러 가지 약관도 없는 실정이다. 그 이유는 소비자 내지 가정의 측면에서 보면 계약서의 내용이 어렵다고 하는 경우도 있지만 보다 큰 이유는 '대부분의 거래가 무사하게 이루어지고 있다'거나 '상대방이 나를 신용한다'는 점이다. 또한 '상대방 앞에서 계약서를 읽는 것은 실례가 된다'고 생각하는 경우도 있다.

이러한 이유로 계약적 사고는 충분히 보급되거나 침투되기 어렵다. 그러나 상대방 및 자기 주체성을 존중하는 만큼 계약불이행이 되는 위험을 미연에 방지하기 위해서도 약관이나 계약의 내용을 확인해 두는 것을 습관화 해야 한다. 따라서 가정경영의 태도를 몸에 익혀 다음과 같은 가정경영 수단을 양성하여 간다면 무현금화한 사회에 적응할 수 있을 것이다.

첫째, 무현금화 사회의 복잡한 여러 가지 제도를 잘 알아야 한다. 그러기 위해서는 새로운 용어에 대한 정확한 정보를 습득하여 불이익을 당하지 않도록 한다.

둘째, 가정의 자산관리 3대 원칙, 즉 복지성 원칙(가족의 소비 만족도를 높인다), 수익성 원칙(자산을 수익적으로 운용한다), 안정성 원칙(소비생활을 분수에 넘지 않도록 한다)의 의미를 충분히 파악하여 3대 원칙 상호간에 균형을 맞춰하면서 수입·지출과 자산·부채를 관리해 가는 것이 기본적인 방향이다.

셋째, 가정 및 가족원의 노력 이외에 사회적인 노력으로 법률·제도의 정비가 무엇보다도 선행되어야 한다. 현재는 소비자 신용을 둘러싸고 고금리 반제불이행자인 채무자에 대한 폭력적 상황, 수신자에 대한 정보의 미정비, 소비자의 안이한 태도 등이 해결을 요하는 과제이다.

위에서 살펴 본 바와 같이 신용경제사회에서 가정경영 적응 방법으로는 기호화된 소비로 가치규범을 준수하고, 계약적인 사고를 통한 소비생활을 해야 하며 현 시대의 여러 제도 등에 관심을 가져 알고 있으며, 가정내의 자산관리 능력에 맞는 생활을 영위해야겠다.

III. 결 론

신용이란 인간이 미래에 대금을 지불할 것을 약속하고 그 교환으로 상품과 서비스를 획득할 수 있는 신뢰의 총칭 또는 능력의 표시이며, 신용경제사회란 신용 있은 사람이 사회적, 경제적으로 무리 없이 살 수 있는 제도적 장치가 갖추어져 있는 사회를 말한다. 우리나라는 1969년 최초신용카드가 발급된 이래 현재 그 수와 기능이 더욱 다양하게 발전하였고 국민경제에 매우 큰 비중을 차지하면서 우리의 생활에

보편화 되고 있다.

신용카드의 사용은 거래내역을 밝혀주므로서 경제를 투명하게 하며 신용을 적절히 이용하면 소비흐름을 원활하게 해주어 국민경제를 안정적으로 성장하게 하는 등 긍정적인 효과가 있다. 그러나 도처에서 소비조장을 통한 충동구매와 과잉구매, 신용카드의 도난 및 분실로 인한 문제, 현금서비스나 연체에 대한 이자율이 높고, 가맹점의 불성실한 관리 등 소비자 자신과 가맹점 양측 모두로부터의 문제 등 여러 가지 역기능이 나타나고 있다. 이는 카드를 사용하는 소비자가 신용카드 선택에 영향을 주는 요인과 방법을 제대로 숙지하지 못한데 있다.

따라서 신용경제사회는 가정이나 학교에서 신용사회를 대비하는 순기능을 장려하고 역기능을 미연에 예방할 수 있는 가정경영학적 접근이 요구된다.

신용경제 사회에 대한 가정경영에서의 대안을 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

1. 가정생활의 가치규범을 확립한다.

신용카드로 인한 과소비는 어린시절부터 형성되고, 현재의 소비자는 미래의 소비자 이므로 어린시절부터 신용카드이용패턴과 소비의식이 올바르게 형성되도록 교육이 요구된다.

이를 위해서는 국가, 학교, 가정 등의 역할이 중요하며 특히 합리적이고 책임 있는 신용에 대한 가치확립은 가정에서부터 시작되므로 올바른 소비생활을 영위해 한정된 자원에서 최대한의 만족을 얻도록 가치규범을 인식시켜야 한다.

2. 계약적 사고를 가져야 한다.

우리나라에서는 무현금의 거래에 대해서 계약 전에 권리·의무를 이해하는 정도로 상세하게 계약서를 읽는 소비자는 드물다. 또 계약서를 양도하면서 거기에 대해서 설명을 해주는 곳도 거의 없으며, 여러 가지 약관도 없는 실정이다. 신용경제사회에 적응하기 위해서는 약관이나 계약의 내용을 확인해 두는 것을 습관화하는 가정경영태도를 몸에 익히도록 교육하여야 할 것이다.

3. 신용경제 사회의 여러 가지 제도를 잘 알아야 한다.

새로운 용어에 대한 정확한 정보와 사회적 흐름 및 관련 지식을 습득하여 불이익을 당하지 않도록 체계적인 신용정보 교육이 필요하다.

이상의 내용을 종합해 보면, 신용경제사회에서는 신용에 대한 가정, 학교와 사회에서의 체계적인 소비자 교육이 요청된다.

■ 투고일 : 2004년 11월 15일

참고문헌

1. 금융감독위원회 「신용카드회사 건전성 감독 강화대책」, 보도자료, 2002.11. 여신전문금융업협회, 2002, 12 「여신전문금융통계」
2. 김경자(2001). 신용카드 상담사례를 통해 본 소비자문제의 유형과 개선방안, 한국가정관리학회지, 19(1), 77-93
3. 김문환(1993), [신용 카드의 문제점과 개선방향], 한국소비자 보호원
4. 김성천(1999), [신용카드 이용의 활 화와 소비자 보호], 한국소비자 보호원
5. 김운봉(2004), 한국의 신용카드산업에 대한 문제점 건전한 신용사회 정착을 위한 개선 방안, 한양대학교경영대학원 경영학석사학위논문
6. 김정훈(2002), 여대생과 주부의 돈과 신용에 대한 태도 비교, 대한가정학회지, 40(3), 165-175
7. 녹색소비자연대(1999), [조세정의 실현을 위한 신용카드 사용 생활화 운동 종합보고서]
8. 서울YMCA(2001), 대학생 신용카드 발급 및 사용실태 조사 결과
9. 서울YMCA(2002), 신용카드 이용 실태에 대한 소비자의식조사

10. 서인주 · 두경자(2003), 신용카드 사용에 관한 소비자교육프로그램 개발 및 평가, 대한가정학회지, 41(12), 117-132
11. 성영애 · 양세정(1995), 가계의 부채부담과 관련요인에 관한 연구, 한국가정관리학회지 13(1), 207-219
12. 오무영(2000), 한국 신용카드산업의 제도적 개선방안, 성균관대학교 박사학위논문.
13. 이윤금 · 김주연 · 조향숙(1998), 복수 신용카드 소지자들의 신용카드 사용행태와 부채부담에 관한 연구, 대한가정학회지, 36(11), 219-230
14. 임정빈 · 이영호(1991), 신용카드가 가정경제에 미치는 영향, 한국가정 관리학회지, 9(2), 77-91
15. 장수태(2000), 소비자 파산제도의 개선방안, 녹색소비자연대, 소비자 신용보호세미나 자료
16. 채옥희 · 홍달아기 · 송순 · 정은미(2004), 현대사회와 가정복지, 도서출판 신정, 230-245
17. 황경애(1994), 소비자의 신용카드 사용 행동에 관한 이론적 연구, 산업과학기술연구소보 창간호, 164-172.