

신용카드사용 소비자능력 평가를 위한 척도개발

A Study on the Development of a Scale to Measure the Ability of Consumers to Use Credit Cards

상명대학교 소비자주거학과

강 사 서 인 주*

Dept. of Consumer & housing studies, SangMyung Univ.

Lecture : Seo, In-Joo

<Abstract>

This study focused on the development of a scale to measure the ability of consumers to use credit cards. The purposes of this study were to develop a tool which would be able to measure consumer knowledge, consumer skills and consumer attitudes. Data were collected from 313 credit card using consumers and were analyzed by employing a goodness of fit test, principal component analysis & confirmatory factor analysis(AMOS 5.0), multiple regression.

The results from this study were as follows:

- 1) Six factors of consumer knowledge(16-items) were identified: damage salvation; credit delinquency; personal credit information; credit provision period; credit & credit card issuance; credit delinquent striking out a record & credit rating. The total variance was 55.86%.
- 2) Three factors of consumer skills(17-items) were identified: credit delinquency & over-consumption; credit card management; and loss & damage salvation. The total variance was 62.90% .
- 3) Three factors of consumer attitudes(16-items) were identified: credit delinquency & credit; credit card issuance & use; and credit card management. The total variance was 58.75%.

▲주요어(Key Words) : 소비자능력(consumer ability), 소비자지식(consumer knowledge), 소비자기능(consumer skill), 소비자태도(consumer attitude)

I. 서 론

‘paper or plastic?’은 미국에서 계산할 때 현금 또는 카드로 할 것인지를 묻는 질문이다. 이제 신용카드를 사용하여 물품이나 서비스를 구매하는 것은 일상생활의 일부가 되었으며(김영신, 2005), 신용카드 발급매수는 1억장을 넘어 인구 1인당 2.1장, 경제활동인구 1인당 4장을 소지 할 만큼 필수품으로 자리 잡고 있다(한국은행, 2009). 이는 미국에 이어 세계 2번째로

많은 것(김영신, 2005, 재인용)으로 이러한 신용카드사용 확대는 개인의 현금 융통성 증대, 심리적 만족감, 경제의 투명성 확보 등 여러 가지 혜택을 제공하는 한편, 잘 못 사용하였을 경우에는 과소비, 충동구매, 신용불량자 등으로 인한 경제적 위기를 초래하기도 한다. 우리나라의 경우도 무분별한 신용카드사용으로 2003년 신용카드대란을 겪은바 있으며 이는 대부분의 신용카드사용자들이 신용카드를 비롯한 신용에 대한 이해와 인식이 부족한 상태에서 신용카드가 확산되었기 때문으로 보인다.

현대사회에서 신용카드의 등장은 여러 가지로 중요한 의미를

* 주저자 · 교신저자 : 서인주 (E-mail : injoo-67@hanmail.net)

지니지만 특히 역사적으로 오랫동안 '번 만큼만 소비한다'는 윤리의식과 사회적 기준의 붕괴를 가져왔으며(로버트 D. 매닝, 2002) 더불어 신용카드의 올바른 사용이 소비자의 중요한 역할로 대두되었다. 신용카드에 대한 지식이나 가치관 정립 없이 단기간에 이루어진 신용카드사용의 확산으로 신용카드에 대한 정확한 지식이나 올바른 태도, 합리적인 행동을 준비할 시기를 놓친 채 신용카드의 사용은 지속화되었다. 이에 신용카드문제가 사회문제로 대두되게 되었으며 신용카드에 대한 올바른 지식 습득과 합리적인 태도 및 행동을 할 수 있는 소비자능력의 필요성이 강조되었다. 학계에서도 신용카드사용에 대한 관심이 증가되어 신용카드 관련 연구들이 꾸준히 진행되고 있으나 신용카드에 대한 대부분의 연구들은 신용카드 사용실태, 신용카드 지식, 신용카드 관리 등 단편적, 부분적으로 이루어지고 있을 뿐 이를 통합한 신용카드사용에 대한 소비자능력에 관한 연구는 거의 없는 실정이다. 그러므로 신용카드사용 소비자능력에 대한 연구의 첫 단계로 소비자능력에 대한 개념 정의와 소비자능력을 정확히 측정할 수 있는 측정도구의 개발이 요구된다. 이러한 측정도구의 개발을 통해 신용카드사용에 대한 소비자능력의 문제점을 정확히 진단하고, 대처방법을 모색함으로써 소비자 능력향상에 기여할 수 있으며 또한 신용카드 사용능력을 객관적으로 평가함으로써 소비자에게 필요한 교육이나 개선점 등을 파악하는 기초자료가 될 것이다. 이에 본 연구에서는 신용카드를 사용하여 소비활동을 하고 있는 소비자를 대상으로 신용카드사용 소비자능력을 측정하는 척도를 개발하고자 한다. 소비자능력을 구성하고 있는 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도에 대한 각 영역의 측정도구를 개발함으로써 소비자능력을 종합적으로 측정할 수 있는 구체적인 척도를 개발하며, 이를 활용하여 신용카드를 사용하는 소비자들이 자신의 소비자능력을 인식하고 소비생활 향상을 꾀하며 나아가 향후 건전한 신용카드사용 문화 정착에 기여하고자 한다.

II. 이론적배경

1. 소비자능력

소비자능력이란 개인이 소비생활이라는 일상생활을 영위해나가는 과정에서 소비자 혹은 생활자로서 요구되는 역할을 충분히 발휘할 수 있는 자질을 뜻한다고 볼 수 있다(권정원 등, 2003). Metzner(1967)은 소비자능력을 소비자역할을 수행하기 위한 지식(knowledge), 기술(skill), 태도(attitude)라 하였고, Braun(1979)은 경제시스템안에서 소비자가 생존하기 위해 필요한 지식과 기능이라고 하였으며 今井光映·中原秀樹(1998)는 소비자능력을 인간이 필요로하는 재화와 서비스, 사

회집단과 조직 등 여러 가지 환경과 인간답게 생활하는데 효율적으로 상호작용하는 행동의 역량이라 하였다. 또한 이기춘(1999)은 소비자능력이란 개인이 다양한 소비활동의 장에서 적절하게 역할 수행을 할 수 있게 하는 역량 또는 능력으로서 소비자역할을 현명하게 효율적으로 수행하기 위해서 필요한 소비자지식, 소비자태도, 소비자기능의 총체라고 하였다. 결국 소비자능력의 개념과 구성요인은 학자마다 다양한 견해를 보이거나 대부분의 연구(이기춘, 1988; 김영신, 1991; 서정희, 1992; 황덕순·김미라, 1997; 권정원·長嶋俊介, 1999, 2000, 2001; 花城利枝子 등, 2000)에서 소비자능력을 소비자지식(인지적 영역), 소비자기능(실천적 영역), 소비자태도(정의적 영역) 세부분의 하위구성영역으로 분류하고 있어 이러한 분류에 대하여 어느 정도 합의가 이루어진 상태이다. 따라서 본 연구에서도 소비자능력의 하위영역을 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도로 보고 각 영역의 합을 소비자능력이라 정의하고자 한다. 소비자능력의 하위영역을 살펴보면 다음과 같다.

① 소비자지식

소비자지식 영역은 정보, 지식 습득에 의한 지적 능력개발을 위한 영역으로 보며(Gross 등, 1963), 인지적 영역(cognitive domain)이라고도 한다. 지식이란 사실, 개념, 사상의 흡수 및 이해이며(Owen, 1976) 지식을 가진 소비자는 현명한 의사결정을 함으로써 자신의 권인을 실현할 수 있다(이기춘, 1999). 결국 소비자지식은 소비자로서 갖추어야 할 지식과 정보를 습득하거나 사실에 대해 아는 것을 의미하며, 대부분의 교육평가를 위한 측정도구들이 이 영역에 편중되는 경향을 보인다. 그러나 단순히 알고 있는 지식과 정보를 습득하는데 그쳐, 태도나 행동의 변화로 연결되지 못한다면 죽은 지식에 불과하기 때문에 소비자지식은 소비자태도와 소비자기능의 변화에 모티브 역할을 하는 중요한 영역으로 측정대상에 포함된다.

② 소비자기능(소비자행동)

Haney(1991)는 습득된 정보와 지식을 바탕으로 이를 실천적 행동으로 표출하는 것을 소비자기능이라 보았다. 소비행동을 위한 활동능력으로서 소비자가 습득한 지식을 생각으로만 그치지 않고 행동으로 옮길 때 비로소 소비자능력이 발휘된다고 볼 수 있으며 이러한 특성을 반영하여 소비자기능을 실천적 행동영역(manipulative domain)이라고 한다.

③ 소비자태도

지적 정보를 습득하여 자신의 개인적, 사회적 가치를 기초로 그 의미를 내면화하는 등 태도에 관한 영역(Gross 등, 1963)으로서 정의적 영역(affective domain)이라고도 한다. 박순덕(1999)은 소비자태도를 소비자가 특정 현상에 대하여 지속적으로 갖고 있는 신념과 감정으로 보고 소비자역할태도를 통해 소비자의

행동경향을 기대할 수 있기 때문에 특히 소비자 능력을 학습하는데 소비자역할 태도가 중요하다고 하였다.

2. 신용카드사용 소비자능력

신용카드사용 소비자능력을 측정도구의 하위 영역을 구성하기 위하여 앞서 살펴본 소비자능력의 하위영역인 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도를 신용카드사용 소비자능력의 하위영역으로 보고 이러한 하위영역의 합을 신용카드사용 소비자능력이라고 정의하고자 한다. 본 연구의 신용카드사용 소비자능력의 하위영역 문항을 구성하기 위하여 각 영역별 선행연구들을 살펴보면 다음과 같다.

① 신용카드사용 소비자지식

신용카드에 대한 소비자지식을 측정한 연구들을 살펴보면 김효정(2005)은 카드의 도난분실, 대여 및 양도, 할부구입, 결제일 등 총 10문항으로 구성되어 소비자지식을 측정하였으며 박근주(1990)는 신용카드를 사용하는 성인남녀를 대상으로 사용한도, 수수료율, 이자율, 신용공여기간, 도난이나 분실시 부정 사용액 보상범위, 신용카드취소전표 작성법, 신용카드해약법, 할부구매, 카드론 이용법을 포함한 총 12문항으로 신용카드 소비자지식을 조사하였다. 서경의(1997)은 가입신청서, 매출전표, 할부기간, 철회권과 항변권, 연체, 결제일, 수수료, 분실도난 등의 총 14문항으로 신용카드 소비자지식을 측정하였다. 한편 대부분의 연구에서 소비자들의 신용카드에 대한 지식은 매우 부족한 것으로 나타나(김경자, 2002; 김창미·김영신, 2005; 한국소비자원, 2003; YMCA, 2001) 지식교육을 위한 정확한 측정도구의 필요성을 시사하였다.

이상과 같은 선행연구를 참고로 본 연구의 소비자지식 영역 문항을 구성하였으며 또한 최근 사회문제가 되고 있어 잘 알아둬야 할 내용인 신용불량자에 대한 지식과 정보화 사회에서 문제가 되고 있는 개인신용정보에 대한 지식 등을 추가하여 분실/도용, 신용카드의 장단점, 신용공여기간, 신용불량자, 신용에 대한 정의, 신용카드발급, 개인 신용정보, 철회/항변권, 할부거래 등에 관한 내용을 포함하는 총 31문항으로 신용카드 사용 소비자지식 척도를 구성하였다.

② 신용카드사용 소비자기능

신용카드에 대한 소비자기능을 측정한 연구들을 살펴보면 박근주(1990)는 소비자의 신용카드 사용행동에 관한 연구에서 신용카드사용의 측면과 신용카드 관리측면의 2개의 하위영역으로 구성되어 소비자기능을 측정하였다. 이 중 관리적 측면은 신용카드 발급동기, 신용카드약관, 매출전표와 영수증 보관, 매출전표 확인, 신용카드 번호기록, 신용카드 대금 결제일 준수, 신용카드의 대여, 신용카드 분실유무확인, 연락처 변경시 신고,

수수료 확인 등 모두 18문항으로 구성하였다. 김효정(2005)은 대학생 소비자를 대상으로 신용카드 관리행동을 조사하였으며 신용카드 관리행동을 약관내용의 확인, 영수증 보관 등 8가지 항목에 대하여 측정하였다. 이은희(1992)는 신용카드관리행동에 체계를론을 적용하여 산출변수로 신용카드관리행동을 조사하였으며, 신용카드 약관, 매출전표확인, 영수증보관, 결제일, 신용카드보관 등 10문항으로 측정하였다. 김영신(2005)은 '나는 신용한도액까지 사용한다', '신용카드로 쇼핑할 때는 계획에 없던 것을 구매하는 경향이 있다' 등 5문항으로 측정하였으며 신뢰도는 .67이었다. 서인주(2009)는 신용카드관리 기능에 대해 총 10문항을 측정 후 요인분석을 하여 도용 및 신용불량, 결제, 약관 및 영수증관리 등 3개의 요인구조를 밝혔다. 이상의 신용카드 소비자기능에 관한 선행연구에서 사용된 문항들을 바탕으로 본 연구에서는 신용카드 영수증, 타인대여, 약관, 청구서, 서명, 분실시 피해구제를 대한 대처방법 등에 관한 내용과 사회문제가 되고 있는 과소비 및 신용불자가 되지 않기 위한 신용카드사용 행동에 관한 내용을 포함한 총 20문항으로 구성하였다.

③ 신용카드사용 소비자태도

Hayhoe 등(1999)은 정의적 태도(Affective attitudes), 행동적 태도(Behavior attitude), 인지적 태도(Cognitive attitude)로 보았으며, Kaynak 등(1986)은 신용카드를 사용하려는 태도, 신용카드를 사용하지 않으려는 태도, 내향적인 태도, 외부지향적인 태도로 구분하기도 하였다. 김정훈(2002)은 11개문항으로 신용에 대한 태도를 측정하였으며 요인분석을 통해 부정적태도, 조건적허용, 예산관리의 3요인으로 구분하였고, 서인주·두경자(2007)의 연구에서는 신용카드에 대한 태도 요인을 신용카드의 역기능에 대한 인식, 사용행동에 대한 태도, 긍정적 감정의 3요인으로 보았다. 이렇듯 신용카드 소비자태도 측정을 위한 문항 및 요인들은 다양하나 대부분의 연구들은 신용카드에 대한 소비자 태도를 호의적/비호의적 태도로 나누어 측정하였다(김영신, 2005; 김효정, 2005; 박근주, 1990; 서경의, 1997; 서인주, 2009; Hayhoe et al., 2000). 이러한 선행연구들을 종합해 본 연구에서는 소비자태도를 단순히 긍정 및 부정으로 구분하기 보다는 태도를 행동의 모티브로 보고 소비자행동과 연결되는 내용으로 소비자태도 문항을 구성하였다. 즉 신용의 중요성, 신용불량자, 분실/도난, 약관, 과소비, 신용카드의 발급, 청구서/영수증 등에 대한 태도를 포함하는 총 20문항으로 구성하였다.

III. 연구방법

1. 조사대상 및 조사기간

본 연구는 신용카드를 사용하는 30대~50대 남녀를 대상으로

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성

	항 목	전체(n=313)	
		빈도(명)	백분율(%)
성 별	남	150	47.9
	여	163	52.1
연 령	30대	108	34.5
	40대	104	33.2
	50대 이상	101	32.3
교육수준	중졸 이하	11	3.5
	고 졸	91	29.1
	대 졸	183	58.5
	대학원 이상	28	8.9
월평균소득	100만원 미만	15	4.8
	100~200만원 미만	51	16.3
	200~300만원 미만	84	26.8
	300~400만원 미만	69	22.0
	400~500만원 미만	58	18.5
	500만원 이상	36	11.5
직 업	생산직	10	3.2
	판매직	11	3.5
	서비스직	15	4.8
	사무직	88	28.1
	경영관리직	27	8.6
	전문기술직	36	11.5
	전문직	7	2.2
	일반자영업	39	12.5
	주 부	75	24.0
	무 직	1	.3
기 타	3	1.0	
결혼상태	기 혼	257	82.1
	미 혼	46	14.7
	이혼 또는 별거	10	3.2

하였으며, 설문문항의 타당도와 신뢰도를 검증할 목적으로 2009년 7월 17일~31일까지 70명을 대상으로 예비조사를 실시하였다. 본 조사는 예비조사 결과를 반영하여 일부 문항을 수정, 보완한 후 2009년 8월 6일부터 8월 26일까지 345명을 대상으로 실시하였다. 회수된 설문지 중 부실 기재된 월 6제외한 313명의 응답을 최종 분석 자료로 사용하였다. 조사대상자들의 일반적인 사항은 <표 1>과 같다.

조사대상자의 성별은 남녀가 고르게 분포하도록 하여(남 47.9%, 여 52.1%) 성별의 영향력을 줄이고자 하였으며 연령은 신용카드의 주 연령층인 30대부터 50대를 중심으로 하였다. 연령대 또한 30대 108명(34.5%), 40대 104명(33.2%), 50대 이상(32.3%)로 고르게 분포하도록 표집 하였다. 교육수준은 대졸 이상이 183명(58.5%)으로 가장 많았으며 고졸이 91명(29.1%), 대학원이상 29명(8.9%), 중졸이하 11명(3.5%) 순으로 나타났다. 월평균 소득은 200만원에서 400만원미만이 48.8%로 나타나 가장 많은 비율을 보였으며 직업은 사무직(28.1%)과 주부가(24.0%)로 가장 많은 비율을 차지하였다. 결혼상태는 기혼이

가장 많았으며(82.1%) 미혼이 14.7%, 이혼 또는 별거가 3.2%로 나타났다.

2. 신용카드사용 소비자능력 측정 도구

소비자능력 척도 문항 구성을 위한 소비자능력의 하위영역을 설정하고자 소비자능력에 관한 문헌 및 선행연구들을 고찰하였으며, 그 결과 대부분의 선행연구들(이기춘, 1985; 제미경·김영옥, 2002; 황덕순·김미라, 1997; 今井光映·中原秀樹, 1998; 제미경 등, 2000)에서 공통적으로 제시되고 있는 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도의 세 영역을 소비자능력의 하위영역으로 설정하였다. 각 하위영역의 구체적 내용은 다음과 같다.

1) 신용카드사용 소비자지식

신용카드를 사용하는 소비자들의 소비자지식을 측정하기 위하여 선행연구를 참고로 본 연구자가 직접 작성하였으며 분실/도용, 신용카드의 장단점, 신용공여기간, 신용불량자, 신

용에 대한 정의, 신용카드발급, 개인 신용정보, 철회/항변권, 할부거래 등 총 31문항으로 구성하였다. 각 문항에 대하여 O, X 로 답하게 하여 틀리면 0점, 맞으면 1점으로 총31점 만점으로 측정하였다.

2) 신용카드사용 소비자기능

신용카드를 사용하는 소비자들의 실제 행동을 파악하기 위하여 신용카드 영수증, 타인대여, 약관, 청구서, 서명, 분실시 피해구제, 과소비 및 신용불량자 등을 포함하는 총 20문항으로 구성하였다. 각 문항별로 '전혀 그렇게 하지 않는다' 1점부터 '항상 그렇게 한다' 5점까지 5점 Likert 척도로 측정하였다.

3) 신용카드사용 소비자태도

신용카드를 사용하는 소비자들의 소비자 태도를 측정하기 위하여 선행연구를 참고로 신용의 중요성, 신용불량자, 분실/도난, 약관, 과소비, 신용카드의 발급, 청구서/영수증 등과 관련된 총 20문항으로 구성하였다. '전혀 그렇게 생각하지 않는다' 1점부터 '매우 그렇게 생각한다' 5점까지 5점 Likert 척도로 측정하였다.

3. 분석방법

신용에 대한 소비자능력 측정을 위한 척도구성의 첫 단계로 문항 양호도를 알아보기 위하여 χ^2 검증을 실시하였고 Cramer's V를 산출하였다. 두 번째 단계로 소비자능력 즉, 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도 등 척도구성의 타당성을 검정해 보고자 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 주요인분석으로 회전방법은 하나의 요인에 높게 적제되는 변수의 수를 줄여 그 구조를 단순화시키는 베리맥스 회전법을 이용하였다. 또한 척도의 구성타당도를 확인하기 위해 AMOS 5.0을 이용한 확인적 요인분석(Confirmatory factor analysis: CFA)을 실시하였다. 세 번째 단계로 요인분석에서 추출된 요인의 문항별 설명력을 알아보고 설명력의 증가분이 적은 문항을 제외함으로써 좀 더 적은 수의 유용한 문항으로 척도를 구성하고자 하였다. 이를 위하여 각각의 요인의 문항에 대해 단계적 회귀분석을 실시하였다.

각 척도의 신뢰도를 알아보기 위해서는 Cronbach's alpha 계수를 산출하였으며 이상의 분석은 SPSS WIN16.0 통계 패키지와 AMOS 5.0을 이용하였다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 문항양호도

소비자지식, 소비자기능, 소비자태도 영역에 대한 전문가의

타당도 검증결과 소비자기능의 문항1과 문항2는 포괄적 내용으로서 다른 문항과 중복되어 삭제하였다. 문항 양호도를 알아보기 위해 χ^2 검증과 Cramer's V 계수를 산출하였으며, 그 결과, 소비자지식의 경우에는 31문항 중 5개의 문항(문항 5, 문항 7, 문항 22, 문항 24, 문항 28)을 제외한 26개 문항의 χ^2 값이 유의하였고 이 문항들의 Cramer's V 계수는 .25이상으로 나타나 양호하다 할 수 있다(어은주·유영주, 1995). 이러한 기준에 의해 소비자지식은 총24문항이 양호한 것으로 나타났다. 소비자기능 및 소비자태도는 각각 모든 문항의 χ^2 값이 유의하게 나타났으며, Cramer's V 계수 또한 모두 .25이상으로 나타나 양호하였다. 또한 각 문항의 변별력을 알아보기 위하여 군집분석과 t-test를 실시하였다. 즉 군집분석을 통해 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도가 높은 집단과 낮은 집단으로 분류한 후 t-검정으로 높은 집단이 낮은 집단보다 더 점수가 낮게 나온 문항들을 검토하였다. 대부분의 문항들이 정의방향으로 유의한 차이를 나타내었으나 소비자지식 영역의 문항1과 소비자태도영역의 문항16이 유의한 차이를 나타내지 않아 변별력이 없는 것으로 판단되어 이 두 문항을 삭제하였다. 이에 소비자지식 25문항, 소비자기능 18문항, 소비자태도 19문항이 선정되었다.

2. 요인분석

1) 탐색적 요인분석

문항양호도 검증에서 양호한 것으로 나타난 소비자 지식 26 문항, 소비자기능 20문항, 소비자태도 20문항의 요인구조를 파악하고 각 요인에 적합한 문항을 찾아내기 위하여 주요인분석(principal component analysis)을 실시하였다. 요인분석의 회전방법은 하나의 요인에 높게 적제되는 변수의 수를 줄임으로써 구조를 단순화시키는 베리맥스를 이용하였다.

(1) 소비자지식

소비자지식 25문항을 요인수를 지정하지 않고 요인분석을 실시한 결과 고유치(eigenvalue)가 1.0 이상이 요인 10개가 산출되었다. 즉 총 10요인으로 묶여졌으며 문항4의 경우에는 요인VI 과 요인X에 대하여 각각 .39와 .40의 요인부하량을 보여 요인을 결정하기가 애매하였고 21번 문항 역시 요인II와 요인VII에 비슷한 요인부하량을 나타내(각 각 .37, .40) 해당요인을 결정하기 곤란하였다. 이에 문항4와 문항 21은 한 요인에 명백히 포함되지 않으므로 제외하였다. 또한 문항12와 문항3은 다른 문항과 묶이지 않은 채 각각 한 개의 문항으로 요인이 구성되어 있어 제외하였다. 최종적으로 문항4, 문항21, 문항12, 문항3을 제외한 21개 문항을 대상으로 요인분석을 실시하였다. 그 결과 총 8개 요인으로 구성되었으며 설명력은 55.37%였다. 소비자지식 8개요인 중 요인III과 요인VI의 문항들은 공통적 특성이 존재하지 않아 '불확정 요인(undefined factor)'로 지정(이학식

· 임지훈, 2008)하였다. 따라서 이 두 개의 요인을 제거한 후(요인 III의 문항23, 문항8, 문항11, 문항19; 요인VI의 문항2; 총5문항 제거) 총 16문항으로 다시 요인분석을 실시하였다. 분석 결과 총 6개 요인과 55.86%의 설명력을 나타내어 6문항을 제거한 후에 오히려 설명력이 약간 증가하여 제거한 요인들이 전체 맥락에 큰 영향을 주지 않았음을 보여주어 이 내용을 최종 요인으로 설정하였다(<표 2> 참조).

요인의 명칭을 부여하기 위하여서 각 요인에 높게 적재된 해당변수들과 부호를 면밀히 검토하였으며 요인에 포함된 문항들 중 요인부하량이 높은 문항의 내용을 중심으로 요인명을 고려하였다. 이는 요인부하량의 크기 순서대로 그 요인과 관련이 있다고 볼 수 있으므로 각 요인마다 가장 크게 부하된 문항을 참고로 요인명을 정하는 것이 바람직하기 때문이다(Waltz & Bausell 1981; 최희진·유영주, 2003 재인용). 또한 요인 부하량이 높은 문항을 중심으로 요인명을 정하되 그 요인에 포함된 모든 문항의 내용을 고려하여 가능한 한 전체문항을 포괄할 수 있는 요인명을 정하여 각 요인의 특성을 명확히 하는 요인명을 설정하고자 하였다.

첫 번째 요인은 전체변량의 19.20%를 설명하고 있으며 총 4개 문항이 추출되었다. 이 요인의 문항내용을 살펴보면, '30. 판매자가 하자담보책임을 이행하지 않은 때 항변권을 행사할 수

있다'와 '29. 계약이 무효, 취소, 또는 해제된 때 항변권을 행사할 수 있다'는 항변권에 대한 지식이고, '27. 철회권은 계약이전의 상태로 되돌리는 것이다'는 철회권에 관한 지식이며, '31. 할부거래는 2개월이상에 걸쳐 3회이상 나누어 지급하기로 한 계약을 말한다'는 할부거래에 관한 지식으로 볼 수 있다. 이러한 내용을 종합해 보면, 소비자 피해시 항변권과 철회권의 사용에 관한 내용과 이러한 피해구제를 받을 수 있는 할부거래의 조건에 관한 지식으로 요약될 수 있어 '소비자피해구제'로 명명하였다.

두 번째 요인은 전체 변량의 8.85%를 설명하며, 총 4개의 문항으로 구성되었다. 이 요인에 포함된 문항은 대부분 연체로 인한 신용불량자 등록에 관한 지식('15. 대출금, 카드대금 등의 연체액이 30만원이상인 경우 연체기간이 3개월이상이 되면 신용불량자로 등록된다', '16. 연체금액이 30만원 미만이라도 연체건수가 3건이상인 경우에는 신용불량자로 등록된다', '14. 신용불량자 등록은 연체사실에 따라 통보없이 이루어진다')이며 연체사실을 금융기관들이 공유함을 알고 있는지에 대한 지식이 1문항('6. 적은 금액이라도 연체가 되면(휴대폰, 전기, 가스요금 등) 은행연합회를 통해 금융기관들이 이 사실을 공유한다') 포함되어 있다. 따라서 이 요인을 '신용불량자'로 명명하였다.

세 번째 요인은 전체변량의 7.95%의 설명력을 지니며 2개의 문항으로 구성되었다. 두 개의 문항을 살펴보면 '25. 개인신용

<표 2> 소비자지식 요인분석

요인 및 문항 내용		요인 부하량	아이겐 값	설명변량 (%)	신뢰도
요인 I 소비자 피해구제	30. 판매자가 하자담보책임을 이행하지 않은 때 항변권을 행사 할 수 있다.	.75	3.26	19.20	.71
	29. 계약이 무효, 취소, 또는 해제된 때 항변권을 행사할 수 있다.	.71			
	27. 철회권은 계약이전의 상태로 되돌리는 것이다.	.67			
	31. 할부거래는 2개월이상에 걸쳐 3회이상 나누어 지급하기로 한 계약을 말한다.	.62			
요인 II 신용 불량자	15. 대출금, 카드대금 등의 연체액이 30만원이상인 경우 연체기간이 3개월이상이 되면 신용불량자로 등록된다.	.84	1.50	8.85	.66
	16. 연체금액이 30만원 미만이라도 연체건수가 3건이상인 경우에는 신용불량자로 등록된다.	.81			
	6. 적은 금액이라도 연체가 되면(휴대폰, 전기, 가스요금 등) 은행연합회를 통해 금융기관들이 이 사실을 공유한다.	.70			
	14. 신용불량자 등록은 연체사실에 따라 통보없이 이루어진다.	.56			
요인 III 개인신용정보	25. 개인신용정보란 개인 금융거래실적의 기록이다.	.70	1.35	7.95	.59
	26. 개인신용정보는 자신이 거래하는 카드회사에서만 관리된다.	.63			
요인 IV 신용공여기간	10. 신용공여기간을 최소로 하는 것이 이익이다.	.65	1.22	7.18	.64
	9. 신용카드로 구매한 후 실제 결제일까지의 기간을 신용공여 기간이라고 한다.	.61			
요인 V 신용과 신용카드발급	18. 신용카드 발급은 고등학교만 졸업하면 누구나 만들 수 있다.	.74	1.09	6.40	.61
	17. 신용이란 미래의 시점으로 값을 것을 약속하고 물건을 사거나 돈을 빌릴 수 있는 능력이다.	.57			
요인 VI 신용불량기록 삭제 및 신용등급	13. 등록사유발생일로부터 90일 이내에 해제사유발생시에는 해 제와 동시에 신용불량기록 이 삭제된다.	.75	1.07	6.29	.60
	2. 개인의 신용등급에 따라 대출규모한도, 대출이율이 결정된다.	-.47			
전 체				55.86	

정보란 개인 금융거래실적의 기록이다'와 '26. 개인신용정보는 자신이 거래하는 카드회사에서만 관리된다'로서 개인신용정보에 관한 지식으로 볼 수있다. 따라서 본 요인의 요인명을 '개인신용정보'라고 명명하였다.

네 번째 요인은 '10. 신용공여기간을 최소로 하는 것이 이익이다.'와 '9. 신용카드로 구매한 후 실제 결제일까지의 기간을 신용공여기간이라고 한다'의 문항으로 구성되었으며, 전체변량의 7.18%를 차지하였다. 두 문항 모두 신용공여기간에 대한 질문임으로 이 요인에 대한 요인명을 '신용공여기간'이라고 명명하였다.

다섯 번째 요인은 신용카드 발급과 신용에 대한 정의에 대한 지식으로 '8. 신용카드 발급은 고등학교만 졸업하면 누구나 받을 수 있다'와 '17. 신용이란 미래의 시점으로 값을 것을 약속하고 물건을 사거나 돈을 빌릴 수 있는 능력이다'의 두 문항으로 구성되었다. 이 요인의 요인명은 '신용과 신용카드 발급'이라 명명하였으며 전체변량의 6.40%를 설명하였다.

여섯 번째 요인은 전체변량의 6.29%를 설명하며 두개의 문항으로 구성되었다. 각 요인을 살펴보면 '13. 등록사유발생일로부터 90일 이내에 해제사유발생시에는 해제와 동시에 신용불량 기록이 삭제된다'와 '2. 개인의 신용등급에 따라 대출규모한도, 대출이율이 결정된다'의 두 문항이다. 즉 신용불량 기록의 삭제와 개인신용등급에 관련된 것으로 이 요인의 요인명을 '신용불량기록의 삭제 및 신용등급'으로 명명하였다.

이상 여섯 개의 요인으로 구성된 16개 문항이 추출되었으며

각각의 하위요인과 문항을 정리하면 다음과 같다. 첫 번째 요인은 '소비자피해구제'로 4문항(30, 29, 27,31)으로 구성되었고(Cronbach's alpha=.71), 두 번째 요인은 '신용불량자'로 4문항(15, 16, 6, 14)으로 구성되었다(Cronbach's alpha=.66). 세 번째 요인은 '개인신용정보'로 2문항(24, 25)로 구성되었으며(Cronbach's alpha=.59) 네 번째 요인은 '신용공여기간'으로 2문항(10, 9)이었고(Cronbach's alpha=.64) 다섯 번째 요인은 '신용과 신용카드 발급'으로 2문항(18, 17)으로 구성되었다(Cronbach's alpha=.61). 마지막으로 여섯 번째 요인은 '신용불량기록의 삭제 및 신용등급'으로 역시 2문항(13, 2)으로 이루어졌다(Cronbach's alpha=.60). 총 16문항의 신뢰도는 Cronbach's alpha=.70 이었다.

(2) 소비자기능

문항양호도 분석결과 양호하다고 판단된 소비자기능 18문항을 요인수를 지정하지 않고 아이젠값이 1이상인 요인의 수만큼 요인을 추출해내는 방법으로 요인분석을 실시하였다. 그 결과 3개 요인이 추출되었다. 총 3요인으로 묶여진 요인들을 살펴본 결과, 문항15의 경우에는 요인 I 과 요인II에 대하여 각각 .45와 .46의 요인부하량을 보여 요인을 결정하기가 애매하였으며 한 요인에 명백히 포함되지 않으므로 제거하였다. 문항 15를 제외하고 요인분석한 결과는 <표 3> 같다.

분석결과 총 설명량이 62.87%로 15번 문항을 제거하기 전보다 약간 증가하여 15번문항의 제거가 전체적맥락에 영향이 없음을

<표 3> 소비자기능 요인분석

요인 및 문항 내용		요인 부하량	아이젠 값	설명변량 (%)	신뢰도
요인 I 신용 불량자 및 과소비	4. 신용카드연체를 하지 않도록 하고 있다.	.82	9.21	48.58	.89
	3. 신용카드사용을 신중하게 하고 있다.	.74			
	13. 주로 사용하는 신용카드를 1-2장 정해놓고 집중적으로 사용하고 있다.	.67			
	5. 신용카드 사용시 과소비하지 않고 있다.	.59			
	12. 신용카드를 사용할 때는 값을 수 있을지를 생각해 보고 구매하고 있다.	.57			
요인 II 신용카드	17. 신용카드영수증은 반드시 보관하고 있다.	.73	1.64	8.64	.85
	19. 신용카드로 계산할 때는 다른 사람(종업원 등)에게 맡기지 않고 있다.	.67			
	16. 신용카드는 가족 간이라도 서로 빌려쓰지 않고 있다.	.66			
	11. 신용카드 신청시 약관을 꼼꼼히 읽어보고 나에게 맞는 카 드를 선택하였다.	.64			
	18. 신용카드 결제 청구서가 오면 이를 꼼꼼히 살펴 사용하지 않은 금액이 포함되었는지 등을 확인하고 있다.	.62			
	14. 신용카드사용시 금액, 가맹점명, 거래날짜, 품목 등을 확인 하고 서명하고 있다.	.58			
20. 사용하지 않는 카드는 카드사에 신고하고 잘라버린다.	.52				
요인 III 분실 및 피해구제	9. 할부거래 문제발생시 항변권과 철회권을 이용해 대처하였 다.	.75	1.07	5.66	.84
	8. 분실에 대비하여 지갑에 소지하고 있는 신용카드를 종종확 인하고 있다.	.75			
	6. 신용카드 결제일을 고려하여 구매하고 있다.	.74			
	7. 신용카드한도를 너무 높지 않게 설정해 놓았다.	.61			
	10. 신용카드비밀번호는 타인이 예상하지 못하도록 설정해 놓았다.	.50			
전 체				62.87	

시사하였고, 요인수는 3개로 동일하였으며, 다만 요인 II의 11번과 18번의 요인부하량의 크기순서가 바뀌었다. 한 요인에 포함된 해당 문항들의 요인 부하량을 고려하여 공통적인 특징으로부터 선정된 요인명 및 요인에 대한 설명은 다음과 같다.

첫 번째 요인은 전체 변량의 48.58%를 설명하며 총 6개문항이 추출되었다. 이 요인에 포함된 문항들을 살펴보면 '4 신용카드 연체를 하지 않도록 하고 있다', '3. 신용카드사용을 신중하게 하고 있다.', '13. 주로 사용하는 신용카드를 1~2장 정해놓고 집중적으로 사용하고 있다', 등은 신용불량자와 신용의 중요성 강조하는 문항들이다. 또한 '5. 신용카드 사용시 과소비하지 않고 있다', '12. 신용카드를 사용할 때는 값을 수있을 지를 생각해 보고 구매하고 있다.'는 신용카드를 사용함으로써 필요하지 않은 물건을 구매하지 않는지에 대한 문항이다. 결국 이러한 문항들의 공통적 내용은 신용카드를 신중하게 사용하여 과소비하지 않고 나아가 신용불량자가 되지 않도록하는 것으로 압축할 수 있다. 따라서 본 요인의 요인명을 '신용불량자 및 과소비'로 명명하였다.

두 번째 요인 중 '17. 신용카드 영수증은 반드시 보관하고 있다', '18. 신용카드 결제 청구서가 오면 이를 꼼꼼히 살펴 사용하지 않은 금액이 포함되었는지 등을 확인하고 있다', '14. 신용카드사용시 금액, 가맹점, 거래점명, 거래날짜, 품목 등을 확인하고 서명하고 있다.' 등은 신용카드 사용내역 확인 및 영수증 보관에 관한 내용이며, '19. 신용카드로 계산할 때는 다른 사람(종업원 등)에게 맡기지 않고 있다', '16. 신용카드는 가족 간이라도 서로 빌려쓰지 않고 있다. 등은 신용카드는 타인(가족포함)에게 절대 빌려거나 맡기는 위험성에 대한 내용이다. 그 외 '11. 신용카드 신청시 약관을 꼼꼼히 읽어보고 나에게 맞는 카드를 선택하였다'와 '20. 사용하지 않는 카드는 카드사에 신고하고 잘라버린다.' 는 문항은 카드 신청과 카드해제시 처리방법에 관한 문항이다. 이러한 문항의 내용을 종합해 보면, 신용카드 신청과 구매(영수증 확인 및 보관, 결제액확인, 청구서확인, 타인대여금지), 해지까지 신용카드관리방법에 대한 전반적 내용으로 '신용카드 관리'라 명명하였다.

세 번째 요인은 크게 소비자문제에 대한 대처방법(9. 할부거래 문제발생시 항변권과 철회권을 이용해 대처하였다), 분실에 대한 대비(8. 분실에 대비하여 지갑에 소지하고 있는 신용카드를 종종확인하고 있다, 10. 신용카드 비밀번호는 타인이 예상하지 못하도록 설정해 놓았다, 7. 신용카드한도를 너무 높지 않게 설정해 놓았다), 신용카드 결제일을 고려한 구매로 불수 있다. 따라서 본 요인의 요인명을 '분실 및 피해구제'로 명명하였다.

이상의 소비자기능에 대한 하위요인 분석결과를 정리하면, 19개의 소비자기능 문항은 총 3개의 하위영역으로 구성되었으며, 첫 번째 요인은 '신용불량자와 과소비'요인으로 7문항(2, 4, 1, 3, 13, 5, 12)이다(Cronbach's alpha=.90). 두 번째 요인은 '신용카드 관리'요인으로 7문항(17, 19, 16, 11, 18, 14, 20)이며 (Cronbach's alpha=.85), 세 번째 요인은 '분실 및 피해구제'로

총 5문항(9, 8, 6, 7, 10)으로 구성되었다(Cronbach's alpha=.84).

(3) 소비자태도

소비자태도에 대한 문항양호도 분석결과 양호하다고 판단된 19문항을 요인수를 지정하지 않고 아이겐값이 1이상인 요인의 수만큼 요인을 추출해내는 방법으로 요인분석을 실시하였다. 그 결과 4개의 요인이 추출되었으나 네 번째 요인인 요인VI는 한 문항(문항 7)으로 구성되어 있어 이 요인을 삭제하였다. 소비자태도 18문항에 대한 요인분석결과 총 3요인으로 묶여졌으며, 요인분석결과를 구체적으로 살펴본 결과, 요인 I의 문항 6번은 요인부하량이 .50이며 요인II의 요인부하량인 .49로 큰 차이를 나타내지 않았다. 이는 이 문항이 요인 I과 요인II의 특성을 모두 지니고 있는 것을 의미하는 것으로 어느 한 요인으로 정하기 곤란하다. 문항 8역시 요인 I과 요인II의 요인부하량이 각각 .48과 .42로 근소한 차이를 나타내고 있어 어느 한쪽 요인으로 보기 어렵다. 따라서 요인값이 애매한 문항 6과 문항 8을 제거하고 다시 요인분석을 실시하였다. 즉, 처음 소비자태도 20문항에서 신뢰도가 낮은 1문항(문항7)과 요인설정이 어려운 2문항(문항8과 문항6)을 제거한 총 16개 문항에 대하여 요인분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 4>와 같다.

요인분석결과 총 3개의 요인이 추출되었으며 전체 설명량이 58.75%로 2개 문항을 제거했음에도 전체적 설명력이 약 2%가량 증가하였다. 요인명 선정에 위하여 각 요인별로 요인부하량 및 문항공통성을 살펴보면, 첫 번째 요인은 연체로 인한 신용불량자가 되지 않도록 해야한다는 내용(4. 신용카드연체를 하지 않도록 해야한다고 생각한다, 2. 신용불량자가 되지 않도록 노력해야한다)과 신용사용을 신중히 해야 한다는 내용(5. 신용카드 사용시 과소비하지 않아야 한다고 생각한다, 1. 신용은 중요하다고 생각한다, 3. 신용카드 사용을 신중히 해야 한다, 10. 신용카드의 비밀번호는 타인이 예상하지 못하도록 설정해야 한다고 생각한다.)이 주를 이룬다. 이러한 내용을 중심으로 본 요인을 '신용불량자 및 신용의 중요성'이라고 명명하였다.

두 번째 요인은 영수증과 청구서관리(17. 신용카드 영수증은 보관해 두는 게 좋다고 생각한다, 18. 신용카드 결제청구서가 오면 이를 꼼꼼히 살펴 사용하지 않은 금액이 포함되었는지 등을 확인해야 한다고 생각한다.), 항변권과 철회권(9. 할부거래 문제발생시 항변권과 철회권을 이용해 대처해야 한다고 생각한다), 신중한 카드선택(11. 신용카드 신청시 약관을 꼼꼼히 읽어보고 나에게 맞는 카드를 선택해야 한다고 생각한다), 카드대여 금지(19. 신용카드로 계산할 때 다른 사람(종업원 등)에게 맡겨서는 안된다고 생각한다)등의 내용으로 이루어졌다. 이러한 내용의 공통점은 신용카드발급부터 구매할 때의 주의점과 소비자문제발생시 대처방법 등 신용카드관리 전반에 관한 내용으로 '신용카드 발급 및 사용'이라고 명명하였다.

세 번째 요인은 카드뒷면에 서명하기, 신용카드 1~2장 집중

<표 4> 소비자태도 요인분석

요인 및 문항 내용		요인 부하량	아이겐 값	설명변량 (%)	신뢰도
요인 I 신용 불량자 및 신용의 중요성	4. 신용카드연체를 하지 않도록 해야 한다고 생각한다.	.82	6.37	39.78	.87
	2. 신용불량자가 되지 않도록 노력해야한다고 생각한다.	.81			
	5. 신용카드 사용시 과소비하지 않아야한다고 생각한다.	.80			
	1. 신용은 중요하다고 생각한다.	.75			
	3. 신용카드사용을 신중히 해야 한다고 생각한다.	.69			
10. 신용카드의 비밀번호는 타인이 예상하지 못하도록 설정해야 한다고 생각한다.	.61				
요인 II 신용카드 발급 및 사용	17. 신용카드 영수증은 보관해 두는 게 좋다고 생각한다.	.70	1.92	12.03	.77
	18. 신용카드 결제 청구서가 오면 이를 꼼꼼히 살펴 사용하지 않은 금액이 포함되었는지 등을 확인해야 한다고 생각한다.	.69			
	19. 신용카드로 계산할 때 다른 사람(종업원 등)에게 맡겨서는 안된다고 생각한다.	.66			
	9. 할부거래 문제발생시 항변권과 철회권을 이용해 대처해야 한다고 생각한다.	.64			
	11. 신용카드사용시 금액, 가맹점명, 거래날짜, 품목등을 확인하고 서명해야 된다고 생각한다.	.59			
요인 III 신용카드 관리	15. 신용카드를 발급받으면 반드시 뒷면에 서명해야 된다고 생각한다.	.75	1.11	6.95	.71
	13. 주로 사용하는 신용카드를 1-2장 정해놓고 집중적으로 사용하는 것이 좋다고 생각한다.	.69			
	14. 신용카드 신청시 약관을 꼼꼼히 읽어보고 나에게 맞는 카드를 선택해야 한다고 생각한다.	.63			
	12. 신용카드를 사용할 때는 갚을 수 있을 지를 생각해보아야 한다고 생각한다.	.53			
	20. 사용하지 않는 카드는 카드사에 신고하고 잘라버려야 한다고 생각한다.	.44			
전 체			58.75		

사용하기, 신용카드매출전표확인후 서명, 갚을 수 있을 만큼 사용하기 등으로 신용카드 관리전반에 대한 내용으로 '신용카드 관리'에 대한 태도라고 할 수 있다. 따라서 본 요인명을 '신용카드 관리'라고 명명하였다.

이상의 내용을 종합해보면 신용카드 소비자태도에 대한 16개 문항은 총 3개의 하위요인을 가지며 각 하위요인을 살펴보면 다음과 같다. 첫 번째 요인은 '신용불량자 및 신용의 중요성'으로 6문항(4, 2, 5, 1, 3, 10)이며(Cronbach's alpha=.87), 두 번째 요인은 '신용카드 발급 및 사용'에 관한 5문항(17, 18, 19, 9., 11/ Cronbach's alpha=.77), 세 번째 요인은 '신용카드 관리'에 관한 5문항(15, 13, 14, 12, 20/ Cronbach's alpha=.71)이다.

2) 확인적 요인분석

신용에 대한 소비자능력 측정을 위한 척도개발 과정 중 탐색적 요인분석의 결과로 얻은 요인 모형의 구성타당도를 검증하기 위하여 AMOS 5.0을 이용한 확인적 요인분석을 실시하였다. 확인적 요인분석은 선행연구로부터 얻은 지식, 자료로부터 얻은 통찰, 이론적 지식 등을 적극적으로 가정 도입하여(조현철, 2003) 척도의 타당도를 검증할 수 있으므로(구소방정식모형 위크숍, 2007) 척도개발과정에서 필요한 분석으로 사료된다.

본 연구에서는 각 문항들이 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도 척도 구성요인을 잘 나타내는지 알아보기 위하여 각 문항을 해당되는 요인에만 부하되도록 하였으며 오차들 간에는 모두 서로 상관관계가 없는 것으로 모형을 설정하였다. 모형의 적합도를 알아보기 위해 적합도지수(GFI: Goodness-of-fit-

index), 표준부합지수(NFI: normed fit index), 비교적합도지수(CFI: comparative fit index), 근사원소 평균 자승오차(RMSEA: root mean square error of approximation)등을 살펴보았다. 적합도지수(GFI)는 구성된 모형이 표본공분산행렬을 설명하는 비율을 나타내는 지표로 1과 0사이의 값을 취하며, 이 값이 클수록 적합도는 양호한 것으로 판단한다. 표준부합지수(NFI)는 가정된 모형이 기초모형보다 부합도가 향상된 정도를 나타내며, 1~0사이의 값을 취하고 .90이상이면 적합도가 양호하다고 판단한다(조현철, 2003). 비교적합도지수(CFI)는 모형의 간명성을 고려하지는 않지만 표본크기에 영향을 받지 않고 모형 오류를 측정하는 적합도 지수로 .90이상이면 적합도가 양호하다고 판단한다. 근사원소평균 자승오차(RMSEA)는 분석모형에서 복잡성을 측정하기 위해서 Fo를 검정되는 모형의 자유도로서 나타내는 비율에 루트를 적용하여 얻어지는 수치를 의미하는 것으로(박동혁 외, 2006), .05미만이면 적합도 양호로 판단한다. 그러나 RMSEA는 연구자에 따라 평가기준이 상이하다. 즉 .05이하이면 양호한 적합도를 나타내고 .05~.08사이이면 적절한 적합도를 나타내는 것으로 해석하기도 한다(Byrne, 1998). MacCallumn et al.(1996)의 경우 .08~.10사이의 값이면 보통의 적합도라고 수정하여 제시하고 있다. 따라서 RMSEA가 .10을 초과하지 않으면 수용가능한 것으로 판단해도 될 것이다(조현철, 2003).

신용카드 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도에 대한 확인적 요인분석결과 모델 적합도 분석결과는 <표 5>와 같다.

소비자지식 모형의 적합도는 GFI=.91, NFI=.92, CFI=.90로

<표 5> 신용카드 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도의 모형적합도

	GFI	NFI	CFI	RMSEA
소비자지식 모형	.91	.92	.90	.08
소비자기능 모형	.96	.98	.96	.05
소비자태도 모형	.96	.97	.95	.06

<표 6> 소비자지식 요인별 문항추가에 따른 설명력(R²) 증가

요 인	문항번호	R ²	△R ²	요 인	문항번호	R ²	△R ²
I. 소비자피해구제	30	.64	-	IV. 신용공여기간	10	.67	-
	29	.77	.13		9	1.00	.33
	27	.90	.27	V. 신용과 신용카드발급	18	.69	-
	31	1.00	.10		17	1.00	.31
II. 신용불량자 등록	15	.54	-	VI. 신용불량기록의 삭제 및 신용등급	3	.89	-
	16	.72	.18		2	1.00	.11
	6	.81	.09				
	14	1.00	.19				
III. 개인신용정보	25	.59	-				
	26	1.00	.41				

나타나 적합도 양호수준이었으며, RMSEA=.08은 .05~.08로 적절한 수준의 적합도를 나타내었다. 소비자기능 모형의 적합도는 GFI=.96, NFI=.98, CFI=.96, RMSEA=.05로 나타나 상당히 양호한 것으로 판단된다. 소비자태도 모형의 적합도 역시 GFI=.96, NFI=.97, CFI=.95로 상당히 양호한 것으로 나타났으며 RMSEA=.06으로 적절한 수준의 적합도를 나타내어 전체적으로 양호한 것으로 판단하였다. 이에 각 모형의 적합도 부합지수가 적합도별 수용가능 수준과 비교하였을 때 모두 부합되므로 모형이 적합함이 입증되었다.

3. 회귀분석

탐색적 요인분석과 확인적 요인분석의 결과로 선정된 문항을 대상으로 문항별 설명력 증가를 분석함으로써 좀 더 정선된 문항을 구성하기 위하여 회귀분석을 실시하였다(<표 6>, <표 7>, <표 8> 참고). 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도 각각의 하위영역을 종속변수로, 개별 문항을 독립변수로 하여 단계적 회귀분석을 실시하여 각 문항에 대한 설명력 증가정도를 파악하였다. 설명력 증가분이 2%미만인 문항을 척도에서 제외시킴으로써(한경미, 1992) 최종문항을 선정하였다.

1) 신용카드 소비자지식

신용카드 소비자지식의 각 요인별로 단계적 회귀분석을 한 결과는 <표 6>과 같다.

각 요인별 문항의 설명력증가를 살펴보면, '신용불량기록의 삭제 및 신용등급' 요인의 3번 문항은 89%의 설명력으로 이

요인에 대한 기여도가 가장 높았으며, '신용불량자 등록' 요인에서 6번 문항의 설명력 증가분이 9%로 기여도가 가장 낮았다. 그러나 모든 문항들이 각 요인에 대해 2%이상의 설명력 증가분(최희진·유영주, 2003)을 보이고 있으므로 유용한 문항이라 할 수 있다. 결국 신용카드 소비자 지식 척도의 최종 문항은 6개 요인으로 구성된 총 16문항으로 결정되었다.

2) 신용카드 소비자기능

신용카드 소비자기능의 각 요인별로 단계별 회귀분석을 실시한 결과는 <표 7>과 같다.

각 요인별 문항의 설명력증가를 살펴보면, '신용불량자 및 과소비' 요인에서는 가장 적은 설명력 증가를 보여준 문항은 12번 문항으로 3% 증가를 보여주었다. '신용카드관리' 요인에서는 14번 문항을 추가함으로써 1%의 설명력 증가를 나타내어 증가율이 가장 낮았다. '분실 및 피해구제' 요인에서는 7번 문항이 가장 낮은 증가율을 나타내었다. 즉 7번 문항이 추가됨으로써 설명력이 93%에서 97%로 4%의 증가를 보여주었다. 이상의 분석결과를 바탕으로 2%의 증가율을 보인 14번 문항을 제외함으로써 신용카드 소비자기능 문항은 최종적으로 3개의 요인으로 구성된 17문항으로 결정되었다.

3) 신용카드 소비자태도

신용카드 소비자태도의 각 요인별로 단계별 회귀분석을 실시한 결과는 <표 8>과 같다.

각 요인별 문항의 설명력 증가분을 살펴보면, '신용사용의 신중' 요인에서는 가장 낮은 설명력의 증가를 보인 문항은

<표 7> 소비자기능 요인별 문항추가에 따른 설명력(R²) 증가

요 인	문항번호	R ²	△R ²
I. 신용불량자 및 과소비	4	.84	-
	3	.91	.07
	13	.97	.06
	12	1.00	.03
II. 신용카드관리	17	.60	-
	19	.76	.16
	16	.82	.06
	11	.92	.10
	18	.95	.03
	14	.96	.01
III. 분실 및 피해구제	20	1.00	.04
	9	.72	-
	8	.86	.14
	6	.93	.07
	7	.97	.04
	10	1.00	.03

<표 8> 소비자태도 요인별 문항추가에 따른 설명력(R²) 증가

요 인	문항번호	R ²	△R ²
I. 신용불량자 및 신용의 중요성	4	.74	-
	2	.85	.11
	5	.90	.15
	1	.93	.03
	3	.96	.03
	10	1.00	.04
II. 신용카드 발급 및 사용	17	.49	-
	18	.70	.21
	19	.83	.13
	9	.91	.08
	11	1.00	.09
III. 신용카드 관리	15	.54	-
	13	.70	.16
	14	.86	.16
	12	.90	.04
	20	1.00	.10

1번 문항과 3번 문항으로 90%에서 93%로, 93%에서 96%로 각각 3%의 증가를 보여주었다. '신용카드 발급 및 사용' 요인에서는 최소한 8%의 증가율을 나타내었으며 '신용카드 관리' 요인에서도 4%이상의 설명력증가를 보여주었다. 이로써 신용카드 소비자태도에 대해 추출된 16문항 모두 2%이상의 설명력증가를 나타내어 모든 문항들이 각 요인에 대해 유용한 문항이라 할 수 있다.

이상의 적합도 검증, 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석, 회귀분석 등을 통해 얻은 결과를 바탕으로 최종적으로 도출해낸 신용카드 소비자능력 척도의 문항구성을 살펴보면 다음과 같다. 소비자지식은 소비자피해구제, 신용불량자, 개인신용정보, 신용

공여기간, 신용과 신용카드발급, 신용불량기록 삭제 및 신용등급을 주요내용으로 하며, 소비자기능은 신용불량자 및 과소비, 신용카드관리, 분실 및 피해구제에 관한 내용을 주요 내용으로 한다. 소비자태도는 신용불량자 및 신용의 중요성, 신용카드 발급 및 사용, 신용카드 관리를 주요내용으로 하고 있다(<표 9> 참조).

이상의 연구를 통해 얻어진 척도로 측정된 신용카드관련 소비자능력수준을 간단히 살펴보면 소비자지식은 총 16점 만점에 평균 10.26점(sd=2.95), 소비자기능, 소비자태도는 5점만점에 각각 4.14(sd=.61), 4.54(sd=.38)로 나타났다.

<표 9> 신용카드 소비자능력 척도

하위요인	문항
소비자 피해구제	30. 판매자가 하자담보책임을 이행하지 않은 때 항변권을 행사할 수 있다.
	29. 계약이 무효, 취소, 또는 해제된 때 항변권을 행사할 수 있다.
	27. 철회권은 계약이전의 상태로 되돌리는 것이다. 31. 할부거래는 2개월이상에 걸쳐 3회이상 나누어 지급하기로 한 계약을 말한다.
신용 불량자	15. 대출금, 카드대금 등의 연체액이 30만원이상인 경우 연체기간이 3개월이상이면 신용불량자로 등록된다.
	16. 연체금액이 30만원 미만이라도 연체건수가 3건이상인 경우에는 신용불량자로 등록된다.
	6. 적은 금액이라도 연체가 되면(휴대폰, 전기, 가스요금 등) 은행연합회를 통해 금융기관들이 이 사실을 공유한다. 14. 신용불량자 등록은 연체사실에 따라 통보없이 이루어진다.
소비자 지식	개인신용정보 25. 개인신용정보란 개인 금융거래실적의 기록이다. 26. 개인신용정보는 자신이 거래하는 카드회사에서만 관리된다.
	신용공여기간 10. 신용공여기간을 최소로 하는 것이 이익이다. 9. 신용카드로 구매한 후 실제 결제일까지의 기간을 신용공여 기간이라고 한다.
신용과 신용카드발급	18. 신용카드 발급은 고등학교만 졸업하면 누구나 만들 수 있다. 17. 신용이란 미래의 시점으로 값을 것을 약속하고 물건을 사거나 돈을 빌릴 수 있는 능력이다.
	신용불량기록 삭제 및 신용등급 13. 등록사유발생일로부터 90일이내에 해제사유발생시에는 해제와 동시에 신용 불량기록이 삭제된다. 2. 개인의 신용등급에 따라 대출규모한도, 대출이율이 결정된다.
신용 불량자 및 과소비	2. 신용불량자가 되지 않도록 하고 있다. 4. 신용카드연체를 하지 않도록 하고 있다. 1. 신용을 잃지 않도록 노력하고 있다. 3. 신용카드사용을 신중하게 하고 있다. 13. 주로 사용하는 신용카드를 1-2장 정해놓고 집중적으로 사용하고 있다. 5. 신용카드 사용시 과소비하지 않고 있다. 12. 신용카드를 사용할 때는 값을 수 있을지를 생각해 보고 구매하고 있다.
	17. 신용카드영수증은 반드시 보관하고 있다. 19. 신용카드로 계산할 때는 다른 사람(종업권 등)에게 맡기지 않고 있다. 16. 신용카드는 가족 간이라도 서로 빌려쓰지 않고 있다. 11. 신용카드 신청시 약관을 꼼꼼히 읽어보고 나에게 맞는 카드를 선택하였다. 18. 신용카드 결제 청구서가 오면 이를 꼼꼼히 살펴 사용하지 않은 금액이 포함 되었는지 등을 확인하고 있다. 20. 사용하지 않는 카드는 카드사에 신고하고 잘라버린다.
	9. 할부거래 문제발생시 항변권과 철회권을 이용해 대처하였다. 8. 분실에 대비하여 지갑에 소지하고 있는 신용카드를 종종확인하고 있다. 6. 신용카드 결제일을 고려하여 구매하고 있다. 7. 신용카드한도를 너무 높지 않게 설정해 놓았다. 10. 신용카드비밀번호는 타인이 예상하지 못하도록 설정해 놓았다.
	4. 신용카드연체를 하지 않도록 해야 한다고 생각한다. 2. 신용불량자가 되지 않도록 노력해야한다고 생각한다. 5. 신용카드 사용시 과소비하지 않아야한다고 생각한다. 1. 신용은 중요하다고 생각한다. 3. 신용카드사용을 신중히 해야 한다고 생각한다. 10. 신용카드의 비밀번호는 타인이 예상하지 못하도록 설정해야 한다고 생각한다.
	17. 신용카드 영수증은 보관해 두는 게 좋다고 생각한다. 18. 신용카드 결제 청구서가 오면 이를 꼼꼼히 살펴 사용하지 않은 금액이 포함 되었는지 등을 확인해야 한다고 생각한다. 19. 신용카드로 계산할 때 다른 사람(종업권 등)에게 맡겨서는 안된다고 생각한다. 9. 할부거래 문제발생시 항변권과 철회권을 이용해 대처해야 한다고 생각한다. 11. 신용카드 신청시 약관을 꼼꼼히 읽어보고 나에게 맞는 카드를 선택해야 한다고 생각한다.
신용카드 관리	15. 신용카드를 발급받으면 반드시 뒷면에 서명해야 된다고 생각한다. 13. 주로 사용하는 신용카드를 1-2장 정해놓고 집중적으로 사용하는 것이 좋다고 생각한다. 14. 신용카드사용시 금액, 가맹점명, 거래날짜, 품목 등을 확인하고 서명해야 된다고 생각한다. 12. 신용카드를 사용할 때는 값을 수 있을 지를 생각해보아야 한다고 생각한다. 20. 사용하지 않는 카드는 카드사에 신고하고 잘라버려야 한다고 생각한다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 신용카드를 사용하는 소비자의 소비자능력을 측정하는 도구를 개발하는데 목적을 두고 있다. 즉 소비자능력을 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도로 분류하고 각각 신용카드에 대한 지식과 기능과 태도를 측정함으로써 종합적인 소비자능력을 평가하기 위한 척도를 개발하며, 이러한 척도를 사용하여 신용카드에 대한 지식을 확대하고 합리적인 태도와 올바른 신용카드 사용행동에 기여하고자 하였다.

이러한 연구목적을 달성하기 위하여 우선, 소비자능력에 대한 문헌고찰을 통해 소비자능력에 대한 개념을 정의한 후 소비자능력의 하위개념으로 밝혀진 소비자지식, 소비자기능, 소비자태도에 대한 신용카드관련 문항들을 수집하였다. 이렇게 구성된 문항들은 예비조사 및 신용카드 및 소비자교육 전문가 2인의 조언을 받아 수정·보완하여 최종문항을 선정하였다. 즉 신용카드에 대한 소비자지식 31문항, 소비자기능 20문항, 소비자태도 20문항으로 척도를 구성하였다. 다음으로, 완성된 척도에 대하여 30~50대 신용카드사용 소비자 345명을 대상으로 본조사를 실시하였다. 회수된 설문지 중 부실기재된 설문지를 제외한 313명의 응답자료가 최종분석에 사용되었다.

본 연구에 사용된 분석절차는 다음과 같다.

첫째, 문항의 양호도를 검증하기 위하여 χ^2 검증과 Cramer's V 계수를 산출한 결과 소비자지식의 5문항을 제외한 26문항이 양호하였으며, 소비자기능과 소비자태도 문항은 각각 20개 문항이 모두 양호한 것으로 나타났다. 둘째, 문항양호도를 통해 추출된 문항들의 요인구조를 파악하고자 주요인분석을 실시하였으며 여러차례의 탐색적 요인분석을 통해 소비자지식영역은 6개 하위요인으로 구성되었으며 총 16문항으로 구성되었으며, 소비자기능 영역은 3개 하위 요인, 총 18개 문항으로, 소비자태도 영역은 3개 하위요인, 총 16개 문항으로 구성되었다. 셋째 탐색적 요인분석을 통해 추출된 요인을 근거로 AMOS 5.0 프로그램을 이용하여 확인적 요인분석을 실시한 결과 모델 적합도(적합도지수(GFI), 표준부합지수(NFI), 비교 적합도지수(CFI), 근사원소 평균 자승오차(RMSEA))가 모두 기준치 이상으로 나타나 양호한 것으로 판명되었다. 넷째, 각 요인별로 문항 추가에 따른 설명력을 알아보고 설명력 증가분이 2%미만인 문항을 제외함으로써 보다 적은 수의 유용한 문항으로 척도를 구성하고자 각 요인의 문항에 대해 단계별 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 1%의 증가를 보인 소비자기능의 14번 문항만을 제외한 모든 문항이 2%이상의 설명력 증가를 나타내어 14번 문항을 제거하였다. 최종적으로 검증된 신용카드에 대한 소비자능력 척도는 소비자지식 16문항(6요인), 소비자기능 17문항(3요인), 소비자태도 16개 문항(3요인)으로 총 49개 문항으로 구성되었다.

이상의 신용카드사용 소비자능력척도는 신용사회에서 중요시하는 문제인 과소비, 신용불량자, 개인신용정보 등의 내용이 포함됨으로서 보다 실질적이고 구체적인 소비자능력을 측정하는데 적합하리라고 본다. 또한 특정 이론에 기반하지 않고 사회현상을 충분히 반영함으로써 우리나라의 상황과 특성에 맞게 개발하였다는데 의의를 두고자 한다. 그러나 본 연구에는 다음 몇 가지 제한점이 있다.

첫째, 본 연구에서 소비자능력의 하위영역 중 소비자지식영역의 경우 처음 31문항으로 시작하였으나 최종적으로 16문항만이 적합한 문항으로 선정되어 많은 문항이 제거되었다. 이러한 문항의 손실을 줄이기 위하여 문항구성 전에 선행연구고찰뿐만 아니라 요구도 조사 등의 사전조사를 통해 조사대상자들이 신용카드에 대해 궁금해 하는 점이나 알고 싶은 내용 또는 꼭 알아야 한다고 생각하는 지식 등을 파악하여 반영한다면 좀 더 충실한 문항들로 구성되었을 것으로 생각된다. 둘째, 경제활동인구의 대부분이 신용카드를 사용하고 있다는 점(한국은행, 2009)을 감안한다면 표본 수가 적다는 한계점이 있다. 이에 후속연구에서는 충분한 표본을 확보한다면 표본의 대표성 문제 및 연구결과와 일반화문제에서 자유로울 수 있을 것으로 생각된다.

그러나 이러한 제한점에도 불구하고 본 연구는 아직 종합적인 신용카드사용 소비자능력에 대한 연구가 미비한 가운데 소비자능력에 대한 연구의 첫 걸음으로서 소비자능력을 측정할 수 있는 도구를 개발했다는 점에서 의의가 있을 것으로 사료된다. 또한 본 척도를 활용해 소비자들이 직접 자신의 신용카드사용 능력을 검사해 봄으로써 신용카드를 사용하면 서도 모르고 있었던 지식을 습득할 수도 있으며, 자신의 신용카드사용 태도 및 행동을 다시 한번 되돌아 봄으로써 신용카드 사용에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 사료된다. 본 연구를 시발점으로 신용카드사용 소비자능력에 대한 다양한 연구가 시도되어 척도의 보완과 개선이 지속적으로 이루어지기를 기대하며 더불어 이러한 연구노력의 결실로 올바른 신용카드사용과 신용사회가 정착되기를 기대한다.

【참 고 문 헌】

- 김경자(2002). 대학생들의 신용카드 사용실태와 문제점. 한국신용카드학회 학술세미나 자료집.
- 권정원·이기춘·김정숙·長嶋俊介(2003). “제주지역 고령자의 소비자교육 프로그램의 방향에 관한 연구”. **대한가정학회지**, 41(2), 13-29.
- 김영신(1991). **소비자문제의 유형별 경험에 관한 연구**, 서울대학교 박사학위논문.
- (2005). **대학생소비자의 신용카드에 대한 태도 및 재무관리**

- 행동, 신용카드 사용행동의 합리성에 대한 인과분석. **한국 가정관리학회지** 23(5), 15-26.
- 김정훈(2002). 여대생과 주부의 돈과 신용대환 태도 비교. **대한가정학회지** 40(3), 165-175.
- 김창미·김영신(2005). 대학생소비자의 신용카드 사용행동에 대한 인과분석, **한국가정관리학회지**, 23(2), 77-91.
- 김효정(2005). "대학생소비자의 재무관리 행동에 관한 연구", **대한가정학회지**, 43(7), 79-91.
- 로버트 D. 매닝, 강남규, 율김(2002). **신용카드 제국**. 서울: 참솔.
- 박근주(1990). 박근주(1990). 소비자의 신용카드 사용행동에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박순덕(1999). **청소년의 소비자능력과 관련변수**, 동국대학교 교육대학원, 석사학위논문.
- 박동혁·이민규·신희천(2006). 대학생 시간관리 행동적도의 개발과 타당화, **한국심리학회지** 18(4), 801-806.
- 서경의(1997). **대학생소비자의 신용카드 사용행동에 관한 연구**. 서울대학교 석사학위논문.
- 서울 YMCA(2001). **대학생 신용카드 발급 및 사용실태**. 조사 보고서.
- 서인주(2009). 대학생의 쇼핑가치에 따른 신용카드인식 및 신용카드관리행동에 관한 연구. **한국가족자원경영학회**, 13(2), 129-151.
- 서인주·두경자(2007). 대학생소비자의 화폐사용 태도와 신용카드에 대한 태도가 재정관리 행동에 미치는 영향. **한국가족자원경영학회지** 11(3), 23-43.
- 서정희(1992). 노인의 소비자사회화에 관한 연구. **소비자학연구**, 3(2), 15-28.
- 어은주·유영주(1995). 가족의 건강도 측정을 위한 척도개발에 관한 연구. **한국가정관리학회지** 13(1), 145-156.
- 이기춘(1985). **소비자능력개발을 위한 소비자교육에 관한 연구**. 서울대학교 박사학위논문.
- _____ (1988). **소비자교육학**. 서울: 교문사.
- _____ (1999). **소비자교육의 이론과 실제**. 서울: 교문사.
- 이은희(1992). **신용카드 관리행동의 체계론적 영향요인분석**. 충남대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이학식·임지훈(2008). **SPSS 14.0 매뉴얼**. 서울: 법문사.
- 제미경·김영옥(2002). 소비자교육과 관련 변수가 초등학교 학생의 소비자능력에 미치는 영향. **한국가정관리학회지**, 14(3), 25-36.
- 제미경·김효정·이윤기·박춘영(2000). "초등학생의 소비자교육 효과분석-소비자능력 평가를 중심으로-", **추계학술대회 논문발표집**, 231-251.
- 조현철(2003). **구조방적식모델**. 서울: 도서출판 석정.
- 최희진·유영주(2003). 한국형 가족기능도 척도 개발연구, **한국가정관리학회지** 21(3), 15-28.
- 한경미(1992). 시간관리척도 개발에 관한 연구. **가정과학연구** 2, 43-55.
- 한국은행(2009). 2009년 상반기 중 지급결제 동향. 아주경제신문 2009년 8월5일(<http://www.ajnews.co.kr>)
- 한국소비자원(2003). **신용카드 이용현황 및 의식실태**. 조사보고서.
- 황덕순·김미라(1997). "이동의 소비자능력에 관한 연구", **소비자학연구**, 8(2), 119-135.
- <동양서>
- 花城利枝子·권정원·김정숙·長嶋俊介(2000). 高齢者の消費者問題と消費者學習に關する研究, 消費者教育, **日本消費者教育學會誌** 20, 79-88.
- 권정원·長嶋俊介(1999). "消費生活相談にみる 日韓 消費者問題の比較研究, 消費者教育", **日本消費者教育學會誌**, 19, 93-104.
- _____ (2000). "高齢者の消費者教育ニーズにする 日韓比較研究, 消費者教育", **日本消費者教育學會誌** 20, 153-160.
- _____ (2001). "購入と處理行動にみる 日韓高消費者の特徴". **日本家庭學會誌**, 52(4), 305-314.
- 今井光映·中原秀樹(1998). **消費者教育論**. 소비자교육론, 정용선·김병숙·서정희·제미경·서민정(편 저), 서울: 도서출판하우.
- <서양서>
- Braun, B. S.(1979). *Consumer economic knowledge of older women*. Ph.D. Dissertation, University of Missouri-Columbia.
- Byrne, B.M.(1998). *Structural equation modeling of with LISREL, PRELIS and SIMPLIS: Basic concepts applications and programming*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Gross, Imma .H., Elizabeth W. Crandall & Marjone M. Knoll(1963). *Management for Modern Families(4nd ed)*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N.J.
- Hayhoe, C. R., Leach, L. & Turner, P. R.(1999). Discriminating the number of credit cards held by college students using credit and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 20, 643-656.
- Hayhoe, C. R., Leach, L. & Turner, P. R, Bruin, M. & Lawrence, F. C.(2000). Differences in spending habits and credit use of college students. *Journal of Consumer Affairs* 34(1), 113-133.
- Haney, P.(1991). Consumer Competencies: Critical Issues for the 'pop' National Coalition for Consumer Educa-

tion, ed., Consumer protection in the year 2000: Change and Implication, p.5-9.

Kaynak, E. Yucelt, U., & MacGregor, R.M.(1986). Attitudinal and behavioral characteristics of american and canadian credit card holders. *Journal of Professional Services Marketing*, 1(3), 101-119.

Motzen. E.(1967). "Rating of consumer competencies by young women and consumer education experts and implications for consumer education", *Journal of Consumer Affairs*, 1(1), 67-78.

Owen, S. T.(1976). *The development of the test of consumer competencies*, Ph.D. Dissertation, Northern Illinois University.

접수 일 : 2009년 09월 15일

심사 일 : 2009년 10월 05일

심사완료일 : 2009년 12월 08일