

노인소비자의 구매문제 인식 유형과 관련변수: 울산광역시를 중심으로

Elderly Consumers' Perception of the Purchasing Problems and Related Variables : in Ulsan Metropolitan City

서정희*

울산대학교 아동가정복지학과

Seo, Jeong Hee*

Dept. of Child and Family Welfare, University of Ulsan

Abstract

This paper measured elderly consumers' perceptions of purchasing problems, and classified elderly consumers into 5 categories of purchasing problems using cluster analysis, and analyzed the relationships between the elderly consumers' perception type, socio economic variables, activities of daily living, and activities of healthy living. The data was collected from 500 elderly consumers in Ulsan Metropolitan City. Three clusters were extracted. 56.4% of the sample was included in 'redress and contract problems group', and 22.6% of the sample was included in 'less perception of purchasing problems group, and 21.0% of the sample was included in 'the perception of strong purchasing problems group. The elderly consumers' perception type of purchasing problems were related with socio-economic variables such as sex, existence of a spouse, the number of family living together, the number of children, education, the average monthly household income and allowance, activities of daily living, and activities of healthy living. The redress and contract problems group was found to be of midium level in socio-economic and health status, and included more females and less spouselessness. The perception of less purchasing problems group was found to be the highest level in socio-economic status, and included more males and less spouselessness. The perception of strong purchasing problems group was found to be at the lowest level of socio-economic status.

Keywords: elderly consumers' perception type of the purchase problems, activities of daily living, activities of healthy living

I. 서론

우리나라는 65세 이상 노인인구가 2005년에 전체인구의 7%를 차지하여 고령화 사회에 진입하였고, 2018년에는 65세 이상 인구가 14.3%에 이르러 고령사회, 2026년에는 20.8%로 초고령사회에 진입할 예정이다(통

계청, 2009). 우리나라는 이처럼 고령화가 빠르게 진전되면서 노인소비자 시장이 크게 증가함에 따라 노인소비자들이 구매하는 과정에서 소비자 문제를 많이 경험하고 있다. 노인소비자문제는 노인과 노인을 부양하는 성인자녀와의 갈등도 증가시키고 있어 노인소비자문제를 해결하기 위한 여러 가지 방안과 정책 개발의 필요

* Corresponding author: Seo, Jeong Hee
Tel: 052-259-2365, Fax: 052-259-2888
Email: jhseo@ulsan.ac.kr

성이 증가하고 있는 실정이다.

우리나라 노인소비자들은 전반적으로 생존유지와 사회적 문화적 욕구를 충족시키는데 필요한 자원의 부족에서 발생하는 소비지출문제는 심각하지 않지만 시장에서 재화와 용역을 구입하고 사용하는 과정에서 발생하는 구매문제를 더 많이 호소하고 있는 것으로 밝혀졌다(이성림, 이기춘, 1991).

한국소비자원(2007)의 소비자상담분석에 의하면 60세 이상 노인소비자가 상담을 신청한 건수가 2008년에는 5,708건으로 전체 2.3%를 차지하였고, 2009년에는 7,206건으로 2.7%를 차지함으로써 노인소비자의 비중이 점차 증가하는 추세이다. 노인소비자의 신체적 정신적 특성상 상담이나 피해구제가 쉽지 않다는 점을 고려할 때 실제 피해는 더 많으리라고 추정할 수 있다는 점에서 다른 소비자계층에 비하여 문제가 더욱 심각해질 수 있다(김민정, 이지은, 2010). 특히 건강보조기구 및 의료기구와 관련하여 한국소비자원과 1372 소비자상담센터에 2009년부터 2010년 8월까지 60세 이상의 노인소비자 상담사례가 99건이나 접수됐고, 이중 제품을 사용하는 중에 다쳤거나 신체상 위해가 발생한 사례가 21건이나 되었다.

노인소비자는 소비자지만에 민감하고 시장참가수준이 일정할 때 희생되기 쉽지만 자신의 권리나 불공정한 기업 관행을 인지하지 못하며, 소비자불만이 생겨도 불만호소 행동을 잘 안하는 경향이 있다. 또한 노인소비자들은 소비자문제를 해결하기 위한 도움을 어디에서 어떻게 받아야 되는지를 잘 모르고, 불리한 시장경험과 관련하여 상대적으로 보다 많은 금전과 분노, 좌절, 불편함, 근심 등과 같은 심리적 비용을 지불하게 된다. 특히 많은 시간을 어떻게 소비해야 할지 모르는 노인소비자를 대상으로 레크리에이션과 여행등을 공짜로 해준다고 하면서 노인소비자들을 유혹하여 품질이 좋지 않는 상품을 고가에 파는 경우가 증가하면서 소비자문제가 가족문제까지 번져 더 심각한 사회문제가 되고 있다.

이처럼 노인소비자들의 구매문제가 심각한 사회문제가 되고 있음에도 불구하고 미국에서는 1970년대와 1980년대에 우리나라의 경우에는 1990년대 초에 노인소비자문제를 다룬 연구들이 일부 이루어졌을 뿐이다. 2000년도에 들어서면서 노인소비자를 대상으로 한 소비자교육 방안을 다룬 연구들도 이루어졌다(김민정, 이지은, 2010; 심영, 2003; 2005). 1990년대에 비하여 우리나라도 고령화가 많이 진전되고 있고, 노인소비자들의 다양성이 증가하고 있고, 시장환경도 빠르게 변화하고 있기 때문에 노

인소비자들이 경험하고 있는 구매문제도 변화하고 있다. 그러므로 노인소비자교육을 보다 효율적으로 수행하기 위해서는 현재 우리나라 노인들이 인식하고 있는 구매문제를 실증적으로 밝히는 연구가 이루어져야 한다.

선행연구들을 검토해 보면 노인소비자의 구매문제의 관련변수로 사회인구학적 변수, 소비자기능, 소비자역할 수행 등이 다루어졌다. 우리나라 노인들의 가장 큰 관심사는 건강문제이며 스스로 수족을 움직이지 못해 자식에게 짐이 되는 것을 가장 두려워하고 있다고 알려져 있다(김남초, 양수, 2002)는 점에서 건강관련 변수가 노인소비자의 구매문제에 관련성을 밝히는 연구가 필요하다. Andreasen(1975)의 제약가설과 Gronhaug(1991)의 자원가설에 의하면 노인소비자의 일상생활수행능력과 건강생활수행능력은 구매문제 인식의 중요한 변수가 될 수 있음에도 불구하고 소비자학 분야에서 이 두변수들을 다룬 조사는 이루어지지 않았다.

이 논문의 목적은 울산광역시에 거주하고 있는 노인소비자를 대상으로 하여 구매문제 인식 수준을 조사하고, 구매문제의 하위차원을 기준으로 하여 유형화하고, 사회인구학적 변수, 일상생활수행능력 및 건강생활수행능력이 구매문제유형과 어떻게 관련되어 있는지를 밝히는데 있다. 이 연구를 통하여 노인소비자의 구매문제를 구체화함으로써 구매문제와 관련된 이론을 보다 정교화시키고, 노인소비자를 대상으로 한 구매교육 프로그램 개발에 필요한 기초자료를 제공함으로써 노인소비자들의 복지를 증진시키는데 기여할 수 있다.

II. 관련연구의 고찰

1. 노인소비자의 구매문제 인식

노인소비자에 초점을 맞춘 선행연구들은 우리나라보다 고령화가 빨리 진전된 선진국에서는 1970년대 후반부터 1980년대 초반 사이에 이루어졌고, 우리나라의 경우에는 1990년대에 몇몇 연구들이 이루어졌다. Hunt(1980)는 미국의 연구결과를 다음과 같이 요약하였다. 미국의 노인소비자들은 소비자문제를 야기하는 마케팅 관행들을 불공정하다고 지각하는 경향이 적고, 젊은 소비자에 비하여 내적 지식이나 경험에 더 많이 의존하고 있었다. 미국의 노인소비자들이 가장 많이 경험한 소비자문제는 서비스

및 유지와 관련된 것이었고, 이들 문제들은 다른 문제들에 비하여 만족스럽게 해결되지 않았고, 이러한 불만족스러운 결과는 불만호소행동을 하지않게 하는 결과를 초래했다는 점이다.

이성림, 이기춘(1991)은 노인소비자의 시장구매문제를 소비자기능문제와 시장환경문제로 구분하여 조사하였는데, 두 하위영역 모두 중간점을 상회하는 높은 수준이었고, 시장환경문제가 소비자기능문제보다 더 심각한 것으로 나타났다. 그러나 정지영(1992)의 연구에서는 노인소비자의 소비자문제 경험 수준은 중간점수보다 훨씬 낮은 것으로 나타났다. 소비자문제 영역별로 보면 상인의 불친절과 시장구조문제를 가장 많이 경험하였고, 그 다음으로 가격문제, 수선과 교환 문제, 부당거래 문제, 광고문제, 품질문제, 외판문제 등을 많이 경험하는 것으로 나타났다.

2. 노인소비자의 구매문제 인식과 관련변수

1) 사회인구학적 변수

Burnhardt(1981)는 다른 연령집단과 마찬가지로 노인 소비자들도 욕구와 능력, 자원이 서로 다르다는 점에서 노인소비자집단이 동질적이지 않다고 하였다. 그러므로 노인소비자들도 소득, 연령, 교육수준 등에 따라 서로 다른 하위집단을 이루고 있기 때문에 노인소비자문제는 하위집단에 따라 다를 수 있다고 하였다. Burton과 Hennon(1980)도 노인과 관련된 소비자문제는 유사하기는 하나 집단에 따라 정도의 차이가 있다고 하였다.

Andreasen(1975)의 제약가설에 의하면 낮은 소득과 높은 연령은 합리적인 구매행동의 제약으로 작용하고, 무지가설에 의하면 낮은 교육수준은 낮은 소비자지식을 초래하여 구매문제를 더 많이 경험하게 하는 요인이 될 수 있다. 또한 Gronhaug(1991)의 자원가설에 의하면 연령, 소득, 교육수준 등은 모두 개별자원 지수로 간주된다는 점에서(김영신, 1991) 노인소비자의 구매문제 인식의 중요한 변수가 될 수 있다.

성별, 연령, 교육년수, 소득관련 변수 등이 노인소비자의 구매문제에 미치는 영향은 연구에 따라 일치하지 않는 것으로 나타났다. 한정화(1987)의 연구에서는 노인소비자가 인지한 소비자문제는 성별에 따라 차이를 보였으나, 이혜임, 이승신(1996)의 연구에서는 노인소비자의 구매문제 경험은 성별과 관련이 없었다.

한정화(1987)는 연령에 따라 노인소비자가 인지하는 소비자문제는 차이를 보인다고 하였고, 이성림, 이기춘(1991)은 연령은 노인의 구매문제에 영향을 미치지 않았다고 하였다. 노인소비자는 연령이 낮을수록 구매문제를 많이 경험한다는 연구결과와(이혜임, 이승신, 1996), 연령이 높을수록 구매문제를 많이 경험한다는 연구결과가(정지영, 1992; Mason & Bearden, 1979; John & Cole, 1986) 공존하고 있다. Lee와 Soberon-Ferrer(1999)는 미국의 노인소비자는 은퇴후에 소득과 자산이 감소함에 따라 젊은 소비자들에 비하여 구매기회가 감소하게 되고 그 결과 불만호소행동을 하게 하는 계기가 되는 소비자문제를 경험할 기회가 적기 때문에 불만호소행동은 나이와 관련이 없다고 설명하였다.

노인소비자는 교육년수가 낮을수록 구매문제 경험을 많이 한다는 연구(이성림, 이기춘, 1991; 정지영, 1992; 한정화, 1987)와 교육수준이 구매문제 경험에 영향을 미치지 않는다는 연구(이혜임, 이승신, 1996)도 있다. 노인 소비자문제를 다룬 연구중에서 월평균소득을 변수에 포함시킨 연구는 정지영(1992)의 연구만 있었는데, 이 논문에서 월평균소득은 노인소비자문제에 영향을 미치지 않았다. 노인소비자는 용돈이 적을수록 구매문제가 심각하다는 연구(이성림, 이기춘, 1991; 이혜임, 이승신, 1996)들과 월평균용돈이 노인소비자의 소비자문제경험에 영향을 미치지 않는다는 연구(정지영, 1992)가 있다.

이성림, 이기춘(1991), 이혜임, 이승신(1996)은 가족결속력이 떨어질수록 노인소비자들이 구매문제를 많이 경험한다고 하였다. 한정화(1987)은 가족유형과 동거여부에 따라 노인소비자가 인지한 소비자문제는 차이가 난다고 하였으나, 이성림, 이기춘(1991)의 연구에서는 노인 가족의 형태에 따라 노인소비자문제는 차이를 보이지 않았다. 정지영(1992)은 배우자가 없는 노인소비자가 소비자문제를 더 많이 경험하였고, 동거가족수가 3-4명이 소비자문제를 가장 적게 경험하였고, 1-2명이나 5명 이상이 소비자문제를 더 많이 경험하였다고 하였다.

이상에서 사회인구학적 변수가 노인소비자문제 인지에 미치는 영향은 연구자마다 다른 것으로 나타났다. 그 이유는 여러 가지를 고려할 수 있으나, 연구연도, 소비자문제 측정방법, 연구지역이 다르다는 점이 가장 크다고 생각할 수 있다. 선행연구를 바탕으로 하여 이 논문에서는 노인소비자가 인지한 구매문제와 관련이 있는 사회인구학적 변수로 성별, 연령, 교육수준, 배우자 유무, 동거가족수, 자녀수, 월평균소득, 월평균용돈을 선정하였다.

2) 건강관련 변수

노인 소비자는 질병이 있다는 명확한 증거가 없어도 상당수가 자신의 건강상태를 좋지 않다고 평가하고 있고, 지각한 건강상태와 실제 건강상태간의 상관관계가 높으며, 활동성을 감소시키고 대인관계나 다른 사람과의 상호작용을 어렵게 하는 것으로 보고되고 있다(송미령 외, 2010; 이기령 외, 2009). 한정화(1987)의 연구에서도 노인소비자의 건강상태에 따라 노인소비자가 인지한 소비자문제는 차이를 보였다. 정영숙(1999)은 노인의 소비생활만족도는 삶의 질에 의미있는 영향을 미치는데, 특히 건강관리와 영양에 대한 만족도가 삶의 질을 높이는데 중요한 역할을 한다고 하였다.

이 논문에서는 노인의 건강관련변수 중에서 일상생활수행능력과 건강생활수행능력을 구매문제인식의 중요한 관련변수로 설정하였다. 노인소비자의 일상생활수행능력과 건강생활수행능력은 노인을 활동적이고 독립된 생활을 하게 하고 인생을 즐기게 도와준다는 점에서 정상적인 노화과정과 그에 수반되는 변화를 이해하고 성공적인 노화를 이끄는 중요한 역할을 하기 때문이다(김정신, 1998).

Andreassen(1975)의 제약가설에 의하면 나이가 많아서 신체적 이동에 제약을 받거나 자신이 익숙하지 못한 곳에서 구매하는 것을 두려워하는 노인의 심리적 특성이 제약이 되어 소비자문제에 직면하기가 쉽게 된다. 노인소비자의 독립된 생활과 자율성을 유지하는 정도를 의미하는 일상생활수행능력은 노인소비자의 구매문제 인식의 중요한 변수가 될 수 있다. 즉 일상생활수행능력이 높은 노인소비자일수록 구매문제 인식을 적게 할 것이라고 가정할 수 있다.

Gronhaug(1991)의 자원가설에 의하면 자원이 많은 소비자가 적은 소비자에 비하여 소비자문제를 덜 인식하게 된다. 여러 종류의 자원 중에서 노인소비자에게 특히 중요한 자원중 하나가 건강자원이라고 볼 수 있다. 대체적으로 노화와 건강은 반비례하고 대부분의 노인소비자들은 자신들의 건강에 대하여 자신이 없기 때문이다. 그러므로 건강생활수행능력이 높은 노인소비자일수록 구매문제를 덜 인식할 것이라는 가설을 도출할 수 있다.

Ⅲ. 연구문제

이 논문에서 설정한 연구문제는 다음과 같다.

<연구문제 1> 울산광역시에 거주하고 있는 노인소비자는 구매문제를 어느 정도로 인식하고 있는가?

<연구문제 2> 노인소비자의 구매문제 인식은 어떻게 유형화될 수 있는가?

<연구문제 3> 노인소비자의 구매문제 인식유형은 사회인구학적 변수, 일상생활수행능력 및 건강생활수행능력과 어떠한 관련을 맺고 있는가?

Ⅳ. 연구방법

1. 조사대상 및 표본추출

본 연구는 예비조사와 본조사의 과정을 통하여 이루어졌다. 예비조사는 울산광역시에 거주하고 있는 55-69세 사이의 잠재노인 8명과 노인 2명을 대상으로 하여 2주간에 걸쳐 반구조화된 질문지를 가지고 1 : 1 심층면접을 하였다. 또한 울산광역시 중구 유곡노인정을 방문하여 70-80대 사이의 노인 8명을 대상으로 하여 승낙을 구한 뒤 2시간에 걸쳐 자유로운 분위기 속에서 FGI(Focus Group Interview)를 실시하였다.

심층면접과 FGI의 결과를 바탕으로 하여 본조사의 질문지 내용을 구성하였으며, 소비자학을 전공하고 있는 교수 2인과 석박사 과정의 대학원생 3명이 모여서 내용타당도를 검증하였다.

본 조사는 55-89세 사이의 잠재노인과 현재 노인 500명을 대상으로 하여 울산광역시 5개구에 각각 100명씩 표집 인원을 강제 할당을 시킨 후 단순무작위 표집방법을 이용하여 표본을 추출하였다. 조사원은 울산광역시에서 인구통계조사를 비롯하여 각종 조사를 전문적으로 수행하는 전문조사원을 이용하였다.

2. 조사도구

본 연구에서 사용한 조사도구는 질문지이다. 질문지에 포함된 내용은 구매문제인지를 측정하기 위한 문항, 일상생활수행능력과 건강생활수행능력을 측정하기 위한 문항이 포함되었다.

소비자가 많이 경험하고 있는 구매문제 영역은 가격,

품질, 광고, 부당거래, 수선과 교환, 외관, 상인의 불친절, 시장구조적인 문제인 것으로 나타났다(김영신, 1991; 정지영, 1992).

이 논문에서는 선행연구와 울산시에 거주하고 있는 노인들을 심층면접한 결과를 바탕으로 하여 구매문제를 측정하기 위한 문항을 구성하였다. 구매문제의 하위영역은 표시, 가격 및 품질, 사용, 피해보상, 계약의 다섯 차원으로 나누어졌고 각 영역에는 두 문항씩 포함되었고, 문항의 내용은 <표 2>에 제시하였다.

일반적으로 노인소비자들은 성인소비자에 비하여 질문에 집중하는 정도도 떨어지고 교육수준도 떨어져서 문항수를 적게 구성하였다. 각 문항은 모두 ‘전혀 그렇지 않다’의 1점부터 ‘매우 그렇다’의 5점을 주는 리커트 척도로 측정하였다. 그러므로 구매문제인지 점수는 10점부터 50점 사이에 분포하며 점수가 클수록 구매문제를 많이 인식한다고 볼 수 있다.

일상생활수행능력은 선행연구를 바탕으로 하여 “집안 일을 혼자 할 수 있다”, “외출하는데 불편함이 없다”, “혼자 물건 구입이 가능하다”, “금전관리는 내가한다”의 4개 문항으로 측정하였다. 4문항 모두 ‘전혀 그렇지 않다’의 1점부터 ‘매우 그렇다’의 5점을 주는 리커트 척도로 측정하였다. 그러므로 일상생활수행능력 점수는 4점부터 20 사이에 분포하고 점수가 높을수록 일상생활을 수행할 수 있는 능력이 크다고 볼 수 있다.

건강생활수행능력은 선행연구를 바탕으로 하여 “건강유지를 위해 규칙적으로 운동을 한다”, “규칙적으로 영양제를 먹는다”, “몸에 좋다는 음식을 골라서 먹는 편이다”, “건강에 관한 기사나 프로그램을 되도록 본다”, “몸에 이상이 생기면 바로 병원이나 약국을 찾는다”, “정기적으로 건강진단을 받는다”, “아픈 데가 없어도 가끔 보약을 지어 먹는다”의 7개 문항으로 측정하였다. 7문항 모두 ‘전혀 그렇지 않다’의 1점부터 ‘매우 그렇다’의 5점을 주는 리커트 척도로 측정하였다. 건강생활수행능력은 7점부터 35점 사이에 분포하며 점수가 많을수록 건강생활을 수행할 수 있는 능력이 크다는 것을 의미한다.

3. 분석방법

노인소비자의 구매문제 인식 실태를 파악하기 위하여 평균, 백분율, 표준편차를 이용하였고, 구매문제 인식의 5개 하위차원을 기준으로 조사대상자의 구매문제 인식을 유형화하기 위해 K-평균 군집분석을 하였다.

군집분석에 의해 분류된 유형이 인구통계학적 변수, 일상수행능력, 건강생활수행능력에 따라 유의한 차이가 있는지 알아보기 위해 분산분석과 교차분석을 실시하였다. 이상의 모든 통계처리는 SPSS WIN 12.0을 이용하였다.

4. 조사대상자의 특성

<표 1>에는 조사대상자의 특성이 제시되어 있다. 연령은 60대가 43.9%, 70대가 36.3%로 60-70대의 노인이 전체의 2/3를 넘게 표집되었고, 성별은 여자노인이 54.6%로 여자노인이 약간 더 많이 표집되었다. 교육수준은 초등학교 졸업이 31.0%로 가장 높게 나타났고, 중학교 졸업이 26.4%, 무학이 20.0%의 순으로 나타났다. 배우자가 있는 경우가 64.3%, 본인을 포함한 동거하고 있는 가족수는 2명이 39.8%로 가장 많았으며, 다음은 3명으로 16.0%, 독거노인도 15.6%나 되었다. 자녀수는 3명이 25.8%로 가장 많았고, 2명 이하와 4명이 각각 23.8%였다.

월평균 가계소득은 200~300만원 미만이 27.8%로 가장 높게 나타났고, 100만원 미만도 26.1%, 100~200만원 미만이 20.0%의 순이었다. 월평균 용돈은 10~20만원 미만이 37.6%로 가장 많았고, 20~30만원 미만이 24.7%, 10만원 미만도 21.4%나 되는 것으로 나타났다.

V. 연구결과 및 논의

1. 구매문제 인식 수준

울산광역시 노인소비자들은 피해 보상 기준을 모르는 경우($m=3.98$)와 피해 보상을 받기 어려운 경우($m=3.94$)가 가장 높은 수준으로 나타나서 피해 보상과 관련된 문제를 가장 많이 인식하고 있었다. 이 연구결과는 노인소비자교육요구도를 분석한 연구들이 1위로 제시한 영역이 보상방법과 피해구제라는 김민정, 이지은(2010)의 연구와도 관련이 깊다고 할 수 있다. 제품이나 서비스의 질이 떨어지는 경우($m=2.79$)와 판매원의 설명이나 강요에 의해 계약을 하는 경우($m=2.36$)는 중간점 이하로 비교적 적게 인식하고 있는 것으로 나타났고, 다른 문제들은 모두 중간점 이상으로 인식하고 있었다. 이 결과는 노인소

〈표 1〉 조사대상자의 인구통계학적 특성

분 류		N	%	분 류		N	%	
연령	55세-59세	79	15.8	동거 가족수 (본인 포함)	1명	78	15.6	
	60대	219	43.9		2명	199	39.8	
	70대	181	36.3		3명	80	16.0	
	80대	20	4.0		4명	40	8.0	
	계	499	100.0		5명	73	14.6	
성별	남성	227	45.4		6명 이상	30	6.0	
	여성	273	54.6		계	500	100.0	
	계	500	100.0		자녀수	0명	11	2.2
교육 수준	무학	100	20.0			2명이하	119	23.8
	초졸	155	31.0			3명	129	25.8
	중졸	132	26.4	4명		119	23.8	
	고졸	98	19.6	5명		65	13.0	
	전문대졸	2	0.4	6명		47	9.4	
	대졸이상	13	2.6	계		500	100.0	
배우자유 무	유	315	64.3	7명이상		10	2.0	
	무	175	35.8	계		500	100.0	
	계	490	100.0	월평균 가계 소득		10만원 미만	106	21.4
월평균 가계 소득	100만원 미만	130	26.1		10-20만원 미만	186	37.6	
	100-200만원 미만	100	20.0		20-30만원 미만	122	24.7	
	200-300만원 미만	139	27.8		30-40만원 미만	59	11.9	
	300-400만원 미만	82	16.5		40만원 이상	22	5.4	
	400만원 이상	48	9.6		계	495	100.0	
	계	499	100.0					

* 무응답은 결측치로 처리하였으므로 계가 차이가 남.

〈표 2〉 구매문제 인식 수준

구매문제 차원	하위항목	m	SD
표시	· 설명서의 내용이 어렵다.	3.48	0.88
	· 표시가 작다.	3.57	0.94
가격 및 품질	· 제품이나 서비스의 질이 떨어진다.	2.79	0.93
	· 가격이 비싸다	3.68	0.65
사용	· A/S받기가 힘들다.	3.12	0.96
	· 제품을 사용하기 힘들다.	3.07	0.87
피해 보상	· 피해 보상을 받기가 어렵다.	3.94	0.76
	· 피해 보상 기준에 대해서 알 수가 없다.	3.98	0.74
계약	· 계약해제와 해지의 방법을 모른다.	3.84	0.82
	· 판매원의 설명이나 강요에 의해 계약을 한다.	2.36	0.79

비자들의 소비자문제 경험 수준은 중간점보다 훨씬 낮은 수준이라는 정지영(1992)의 연구결과와는 차이를 보인다고 볼 수 있다.

1990년대에 비하여 고령화가 많이 진전되고 핵가족화

가 확산되면서 자식들에게 의존하지 않고 독립적인 생활을 하는 노인소비자들이 직접 소비활동에 참여하는 경우가 증가하였기 때문이라고 볼 수 있다.

2. 구매문제 인지의 유형

구매문제 인식의 5개 하위차원을 기준으로 k-평균 군집분석을 하였다. 가능한 군집의 수를 모두 포함하여 분석한 결과 동일한 유형이 포함되지 않고 해석 가능한 경우가 <표 3>처럼 세 개의 집단으로 유형화된 것이다. <표 4>는 추출된 군집의 타당성을 검토하기 위하여 3개의 군집을 독립변수로 하고, 군집의 기준이 된 5개 하위차원을 종속변수로 하여 분산분석을 한 것이다. 5개 하위차원은 모두 3개 군집에 따라 의미있는 차이를 보임으로써(p<.001) 군집의 타당성이 확보되었다고 볼 수 있다.

군집 1은 표준화된 점수의 부호가 모두 +이고 다른 두 집단에 비하여 모든 구매문제를 가장 높게 인식하고 있는 유형이므로 ‘구매문제를 많이 인식하는 형’으로 명명하였다. 이 집단에는 102명이 포함되어 전체 21.0%를 차지하

였고 가장 적었다.

군집 2는 군집1과 반대로 표준화된 점수의 부호가 모두 -이고 다른 유형에 비해 구매문제를 가장 적게 인식하고 있었기 때문에 ‘구매문제를 적게 인식하는 형’으로 명명하였다. 이 집단에는 110명이 포함되어 22.6%를 차지함으로써, 군집 1과 거의 유사한 수준이다.

군집 3은 피해 보상과 계약 차원의 표준화된 점수의 부호는 +이나 표시, 가격 및 품질, 사용은 -로 나타났다. 전반적인 구매문제 인식 수준은 군집 1보다는 낮으나 군집 2보다는 높았다. 그러므로 이 유형을 ‘피해보상 및 계약 문제를 주로 인식하는 형’으로 명명하였다. 이 집단에는 274명이 포함됨으로써 56.4%를 차지하여 전체 노인 소비자의 절반 이상이 포함되었다. 즉 구매문제 전반에 중간 정도의 관심을 가지고 있으면서 피해보상 및 계약과 관련된 문제를 민감하게 인식하고 있는 노인소비자들이

<표 3> 구매문제 인지의 5개 차원을 기준으로 분류한 군집분석

M(%)

차원 \ 유형	구매문제를 많이 인식하는 형 102(21.0)	구매문제를 적게 인식하는 형 110(22.6)	피해보상과 계약 문제를 주로 인식하는 형 274(56.4)
표시	+	-	-
가격 및 품질	+	-	-
사용	+	-	-
피해 보상	+	-	+
계약	+	-	+

<표 4> 소비자문제 인지 유형에 따른 소비자문제 인지에 관한 분산분석

차원 \ 유형	구매문제를 많이 인식하는 형		구매문제를 적게 인식하는 형		피해보상과 계약 문제를 주로 인식하는 형		F비
	m	(SD)	m	(SD)	m	(SD)	
표시	4.33	(0.53)	2.84	(1.73)	3.51	(0.73)	122.359***
scheffe	a		c		b		
가격 및 품질	4.05	(0.51)	2.78	(0.44)	3.10	(0.43)	
scheffe	a		c		b		
사용	4.09	(0.51)	2.31	(0.39)	3.03	(0.50)	365.483***
scheffe	a		c		b		
피해 보상	4.49	(0.49)	3.06	(0.65)	4.14	(0.40)	
scheffe	a		c		b		
계약	3.78	(0.53)	2.34	(0.44)	3.16	(0.37)	309.329***
scheffe	a		c		b		

***p<.001

많다는 것을 알 수 있다.

4. 구매문제 인식 유형과 관련변수

1) 사회경제적 변수

<표 5>와 <표 6>에는 구매문제 인식 유형이 사회경제적 변수에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위하여 교차분석과 분산분석을 한 결과가 제시되어 있다. 성별과 배우자유무는 구매문제 인식유형과 $p<.001$ 수준에서 관련되어 있는 것으로 나타났다. 구매문제를 많이 인식하는 형은 여성이 66.7%로 남성의 거의 두배를 차지하였고, 피해보상 및 계약 문제를 주로 인식하는 형도 여성이

54.7%를 차지하여 여성이 남성보다 많았으나, 구매문제를 적게 인식하는 형은 남성이 58.2%로 여성보다 약간 많았다. 여성노인이 남성노인에 비하여 구매활동을 많이 하기 때문에 구매문제도 더 많이 경험하고 있다고 볼 수 있다. 연구결과는 성별에 따라 노인소비자문제가 차이를 보인다는 한정화(1987)의 연구결과와는 일치하였으나, 노인소비자의 구매문제 경험은 성별과 관계가 없다는 이해임, 이승신(1996)의 결과와는 일치하지 않았다.

구매문제를 많이 인식하는 형의 경우는 배우자가 없는 노인소비자가 55.4%로 배우자가 있는 노인소비자보다 약간 많았으나, 구매문제를 적게 인식하는 형의 경우는 배우자가 있는 노인소비자가 86.8%를 차지하였고, 피해

<표 5> 사회경제적 변수와 구매문제 인식 유형에 관한 교차분석

구분	구매문제를 많이 인식하는 형		구매문제를 적게 인식하는 형		피해보상 및 계약 문제를 많이 인식하는 형		χ^2	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
성별	남성	34	(33.3)	64	(58.2)	124	(45.3)	13.215***
	여성	68	(66.7)	46	(41.8)	150	(54.7)	
	계	102	(100.0)	110	(100.0)	274	(100.0)	
배우자	유	45	(44.6)	92	(86.8)	166	(61.7)	40.895***
	무	56	(55.4)	14	(13.2)	103	(38.3)	
	계	101	(100.0)	106	(100.0)	269	(100.0)	

<표 6> 사회경제적 변수와 구매문제 인식 유형에 관한 분산분석

구분	구매문제를 많이 인식하는 형		구매문제를 적게 인식하는 형		피해보상 및 계약 문제를 주로 인식하는 형		F비
	m	(SD)	m	(SD)	m	(SD)	
연령	71.55	(6.51)	64.33	(6.84)	67.94	(7.17)	28.334***
scheffe	a		c		b		
교육년수	4.33	(4.18)	9.70	(3.62)	6.91	(3.99)	48.947***
scheffe	c		a		b		
동거 가족수(본인 포함)	2.75	(1.59)	2.62	(1.20)	2.97	(1.59)	2.469*
scheffe							
자녀수	3.48	(1.65)	3.12	(1.18)	3.71	(1.54)	6.290**
scheffe	bc		c		a		
월평균 가계소득	153.98	(119.86)	230.95	(150.08)	197.30	(131.89)	8.788***
scheffe	c		a		b		
월평균 용돈	11.16	(9.79)	21.70	(15.08)	15.24	(11.09)	21.706***
scheffe	c		a		b		

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

보상과 계약 문제를 주로 인식하는 형의 경우도 배우자가 있는 노인소비자가 61.7%를 차지하였다. 이 연구결과는 이성림, 이기춘(1991), 정지영(1992)의 연구결과와 일치하였다. 즉 배우자가 있는 노인소비자들은 배우자와 함께 구매문제에 대하여 서로 이야기함으로써 배우자가 없는 노인소비자들에 비하여 구매관련 정보를 보다 잘 얻을 수 있기 때문이라고 해석할 수 있다.

구매문제 인식 유형에 따라 연령, 교육년수, 월평균 가계소득, 월평균 용돈은 $p < .001$ 수준에서, 동거가족수는 $p < .05$ 수준에서, 자녀수는 $p < .01$ 수준에서 의미있는 차이를 보였다. 구매문제를 많이 인식하는 형이 71.55세로 가장 나이가 많았고, 그 다음은 피해 보상 및 계약 문제를 주로 인식하는 형으로 67.94세, 구매문제를 가장 적게 인식하는 형이 64.33세로 나이가 가장 젊었다. 이 연구결과는 나이가 많을수록 소비자문제를 많이 경험한다는 정지영(1992), Mason과 Bearden(1978), John과 Cole(1986) 등의 연구결과와 일치하였다. 나이가 많은 노인소비자는 적은 노인소비자에 비하여 신체적 건강, 소득, 교육수준, 소비자지식 수준, 새로운 기술과 정보를 습득하는 능력 등이 떨어지기 때문에 구매문제를 더 많이 인식하고 있다고 해석할 수 있다.

구매문제를 가장 적게 인식하는 형이 교육을 가장 많이 받았으나 중학교 졸업 수준이고, 피해보상 및 계약 문제를 주로 인식하는 형은 중간이나 초등학교 졸업 수준이고, 구매문제를 가장 많이 인식하는 형은 교육을 가장 적게 받았으며, 초등학교 중퇴수준인 것으로 나타났다. 교육수준이 낮은 노인소비자는 소비자역할을 효율적으로 수행하는데 필요한 소비자지식, 소비자태도, 소비자기능을 효율적으로 습득할 수 없고(이기춘, 1985), 소비자정보를 효율적으로 선택할 수 없어서 구매문제를 더 많이 인식한다고 해석할 수 있다.

구매문제 인식 유형에 따라 현재 동거하고 있는 가족

수는 의미있는 차이를 보였으나, Scheffe 검증에서는 집단간에 의미있는 차이를 보이지 않았다. 이러한 연구결과는 노인소비자의 소비자문제경험은 가족수에 따라 차이를 보인다는 정지영(1992)의 결과와 일치한다고 볼 수 있다. 자녀수는 피해보상 및 계약 문제를 주로 인식하는 형이 3.71명으로 가장 많았고, 구매문제를 가장 적게 인식하는 형이 3.12명으로 가장 작았다. 구매문제를 많이 인식하는 형은 3.48명으로 두 번째로 자녀수가 많았으나, 피해보상 및 계약 문제를 주로 인식하는 형과 통계적으로 의미있는 차이를 보이지는 않았다. 핵가족화와 노인부양 의식이 과거에 비하여 많이 약화되고 있는 상황에서 함께 동거하는가 보다는 노부모와 자녀간의 심리적 유대관계가 노인의 소비생활에 중요한 영향을 미치고 있다고 볼 수 있다(이성림, 이기춘, 1991). 즉 함께 거주하지 않아도 자녀들이 경제적 심리적 부양을 지속함으로써 노인소비자들의 구매문제를 감소시키는 역할을 하고 있다고 볼 수 있다.

월평균가계소득과 월평균용돈은 구매문제를 많이 인식하는 형이 가장 많았고, 구매문제를 가장 적게 인식하는 형이 가장 적었다. 이러한 연구결과는 이성림, 이기춘(1991), 이해임, 이승신(1996)의 연구결과와는 일치하였으나, 정지영(1992)의 연구결과와는 일치하지 않았다.

2) 일상생활수행능력과 건강생활수행능력

구매문제 인식 유형에 따라 일상생활수행능력과 건강생활수행능력이 차이가 있는지를 알아보기 위하여 분산분석을 한 결과가 <표 7>에 제시되어 있다. 노인소비자의 구매문제 인식 유형에 따라 일상생활수행능력과 건강생활수행능력은 $p < .001$ 수준에서 의미 있는 차이를 보였다. 일상생활수행능력과 건강생활수행능력은 구매문제를 적게 인식하는 형이 가장 높게 나타났고, 그 다음이 피해

<표 7> 소비자문제 인지 유형에 따른 생활수행능력에 관한 분산분석

구분	구매문제를 많이 인식하는 형		구매문제를 적게 인식하는 형		피해보상 및 계약문제를 주로 인식하는 형		F비
	m	(SD)	m	(SD)	m	(SD)	
일상생활수행능력	12.68	(3.34)	15.51	(2.43)	14.62	(2.79)	27.985***
scheffe	c		a		b		
건강생활수행능력	18.85	(4.53)	21.93	(3.83)	20.45	(3.61)	16.514***
scheffe	c		a		b		

*** $p < .001$

보상 및 계약 문제를 주로 인식하는 형이며, 구매문제를 가장 많이 인식하는 형이 가장 낮았다. 이 연구결과는 노인소비자의 건강상태에 따라 노인소비자가 인지한 소비자문제는 차이를 보인다는 한정화(1987)의 결과와 일치하였다.

이상에서 노인소비자의 구매문제 인식과 관련된 변수를 분석한 결과를 통하여 Andreasen(1975)의 무지가설과 제약가설, Gronhaug(1991)의 자원가설이 실증적으로 입증되었다고 볼 수 있다. 즉 노인소비자는 교육수준이 낮고, 나이가 많아서 무지하거나 순진해서 구매문제를 많이 경험하게 된다. 또한 소득이 낮고, 나이가 많아 일상생활수행능력과 건강생활수행능력이 낮은 노인소비자는 소비자정보 탐색에서 많은 제약이 있고, 자신이 익숙하지 않은 곳에서 구매하는 것을 겁내는 심리적 제약과 신용의 제약 때문에 구매문제를 더 많이 인식하고 경험하게 된다는 점이다. 소득수준과 용돈과 같은 경제적 자원과 교육수준과 같은 문제해결능력, 연령, 일상생활수행능력 및 건강생활수행능력과 같은 건강자원이 부족한 노인소비자들이 구매문제를 더 많이 인식하고 있다고 볼 수 있다. 그러므로 무지하고 제약이 많고, 자원이 부족한 노인소비자를 대상으로 하여 노인소비자의 구매문제 인식 유형별로 구분하여 소비자교육을 시킴으로써 노인소비자들의 구매문제를 해결할 수 있다는 점을 시사해주고 있다 (Smith & Mochis, 1985).

VI. 결론

고령화가 빠르게 진전되고 있는 현 시점에서 노인소비자들이 인식하는 구매문제는 1990년대와는 다른 양상을 보일 수 있기 때문에 노인소비자의 구매문제 인식과 관련 요인에 대한 이해는 노인소비자문제를 해결하기 위한 방안에 중요한 기초자료가 될 수 있다. 이 논문에서는 도농 복합형의 특성을 가지고 있는 울산광역시의 노인소비자를 대상으로 구매문제 인식을 조사하여 유형화하고 관련 변수를 검토하였다.

노인소비자들은 1990년대에 비하여 구매문제를 더 많이 인식하고 있는 것으로 나타났다. 과거에 비하여 가족과 함께 사는 노인가계가 줄어들고 있고, 노인소비자들이 직접적인 구매활동도 많이 함에 따라 이러한 결과가 나왔다고 볼 수 있다. 그러므로 노인소비자들이 시장에서 차

지하는 비중은 점점 더 증가한다는 점에서 노인소비자교육이 확대되어야 할 것이다.

노인소비자들이 인식하는 구매문제는 3집단으로 유형화되었기 때문에 집단의 특성에 맞는 소비자교육 프로그램이 개발되고 시행되어야 한다. 가장 많은 노인소비자들이 포함된 집단은 피해보상 및 계약 문제를 주로 인식하는 유형으로 전체의 56.4%가 포함되었다. 이 형은 남성보다 여성이 더 많이 포함되어 있고, 현재 배우자가 있는 노인이 더 많았다. 구매문제의 5영역이 중간 수준이고 특히 피해 보상 및 계약과 관련된 문제를 주로 인식하고 있었다. 연령과 교육년수, 월평균 가계소득, 월평균용돈, 일상생활수행능력 및 건강생활수행능력 등도 중간 수준으로 나타났다. 그러므로 이 집단에 속하는 노인소비자들에게는 피해보상 및 계약과 관련된 문제를 중점적으로 교육하는 프로그램이 개발되어 시행되어야 한다.

22.6%의 노인소비자들이 포함됨으로써 두 번째를 차지한 구매문제를 적게 인식하는 형은 구매문제의 모든 영역을 3집단 중에서 가장 적게 인식하고 있었다. 여성보다 남성의 비율이 높았고 현재 배우자가 있는 경우가 월등히 많다. 나이가 가장 젊고 교육수준이 가장 높았고, 현재 동거하고 있는 가족의 수와 자녀의 수는 가장 적은 편이며 월평균 가계소득과 용돈이 가장 많았다. 3집단 중에서 자원은 가장 풍부하고 제약은 가장 적은 집단이다. 이 집단도 나이가 더 들수록 자원은 감소하고 제약은 증가할 것이므로 점점 구매문제를 더 많이 인식하게 될 것이다.

마지막으로 21.0%를 차지한 구매문제를 가장 많이 인식하는 유형은 가장 적은 수의 노인소비자가 포함되었다. 이 집단은 여성의 비율이 높고 현재 배우자가 없는 경우가 많다. 다른 집단에 비하여 나이는 가장 많았고 교육은 가장 적게 받은 것으로 나타났다. 월평균 가계소득과 용돈도 가장 적었다. 이 집단은 자원은 가장 부족하고 제약은 가장 많은 집단이므로 소비자교육이 가장 시급하게 이루어져야 할 집단이다. 이 집단을 위해서는 구매문제에 관한 모든 내용을 포괄적으로 다루는 소비자교육 프로그램이 개발되고 시행되어야 할 것이다.

교육이 노인소비자의 구매문제 인식과 관련이 있으므로 구매문제를 가장 많이 인식하는 유형은 교육수준이 가장 낮았다. 그러므로 평생교육기관등을 통하여 이 집단에 속하는 노인소비자들의 교육수준을 높이기 위한 교육을 시행함으로써 노인인력개발과 함께 노인소비자 문제도 동시에 해결할 수 있을 것이다. 조기퇴직과 명예퇴직을 하고 있는 예비노인들도 나이가 들면서 경제적 자원이 점

점 감소하게 되면 구매문제도 더 많이 인식하게 될 가능성이 매우 높다. 따라서 이들을 대상으로 하여 재취업을 위한 교육프로그램을 개발하여 시행함으로써 노인소비자 문제를 예방할 수 있을 것이다.

월평균가계소득과 월평균용돈도 노인소비자의 구매문제 인식과 관련이 있었고 구매문제를 가장 많이 인식하는 유형은 월평균가계소득과 용돈이 가장 적었다. 그러므로 이 집단에 속하는 노인소비자들에게 일자리를 제공하기 위한 다양한 프로그램이 마련되어야 한다. 또한 나이가 너무 많거나 신체적인 제약 때문에 취업을 할 수 없고, 여러 가지 사정으로 자녀들이 도움을 기대할 수 없는 노인소비자들을 대상으로 하여 경제수준을 향상시킬 수 있는 다양한 복지프로그램이 시행되어야 할 것이다. 이러한 프로그램은 노인들의 경제적 복지수준을 향상시킬 수 있을 뿐 아니라 소비자문제도 해결함으로써 전반적인 삶의 질 향상에 기여할 수 있기 때문이다.

노인소비자들은 또한 배우자의 상실로 재정능력이 감소하거나 생활이 불안정해질 수 있고, 구매문제도 더 많이 인식하게 된다. 그러므로 성인기부터 소비자역할을 제대로 수행하는데 필요한 교육을 통하여 노인기를 대비할 수 있어야 한다. 일상생활수행능력과 건강생활수행능력은 노인소비자의 구매문제 인식과 관련을 맺고 있었다. 그러므로 노인들을 대상으로 하여 소비자교육과 건강교육을 함께 시행할 수 있는 프로그램이 개발되어야 한다.

주제어 : 노인소비자의 구매문제인식유형, 일상생활수행능력, 건강생활수행능력

참 고 문 헌

- 김남초, 양수. (2002). 재가 노인의 우울감 유발요인과 완화요인. **노인복지연구**, 39, 111-114.
- 김민정, 이지은. (2010). 노인소비자교육관련 인터넷사이트 내용분석. **소비자정책교육연구**, 6(2), 41-61.
- 김영신. (1991). 소비자문제의 유형별 경험에 관한 연구. 서울대학교 박사학위논문.
- 김정선. (1998). 가정노인과 양로원노인의 자아존중감, 일상생활활동능력, 생활만족도에 관한 연구. **대한간호학회지**, 28(1), 148-158.
- 송미령, 김은경, 유수정. (2010). 재가 노인의 일상생활수행능력, 사회적지지 및 자기효능감이 우울에 미치는 영향: 우울 의심 노인과 정상노인의 비교를 중심으로. **한국사회복지조사연구**, 24, 61-80.
- 심영. (2003). 충북지역 노인소비자의 정보화교육방안: 지역사회 주민을 위한 충북의 정보화 교육과의 연계. **대한가정학회지**, 41(5), 15-39.
- 심영. (2005). 정보사회의 노인 소비자를 위한 생산적 복지 지향의 소비자교육 방안. **소비자학연구**, 16(1), 151-178.
- 이기령, 이경주, 양수. (2009). 가정간호서비스가 만성질환 재가노인의 신체건강, 인지 기능 및 우울에 미치는 영향. **정신간호학회지**, 18(3), 251-258.
- 이기춘. (1985). 소비자능력개발을 위한 소비자교육에 관한 연구: 청소년 소비자를 중심으로. 서울대학교 박사학위논문.
- 이성립, 이기춘. (1991). 노인소비자문제에 관한 연구. **대한가정학회지**, 29(1), 177-188.
- 이혜임, 이승신. (1996). 노인소비자의 구매문제에 따른 정보원천별 소비자정보요구. **한국가정관리학회지**, 14(4), 107-128.
- 정영숙. (1999). 노인의 소비생활 만족도가 삶의 질에 미치는 영향: 노인 및 예비노인 집단을 중심으로. **소비자학연구**, 10(1), 43-60.
- 정지영. (1992). 노인 소비자 문제의 경험과 불평행동에 관한 연구. **한국노년학**, 12(1), 19-38.
- 통계청. (2009). 고령자 통계.
- 한국소비자원. (2007). 소비자피해구제 연보 및 사례집.
- 한정화. (1987). 노인기의 소비자문제와 소비자행동에 관한 연구. 숙명여자대학교 박사학위논문.
- 홍은표. (1997). 노인소비자에 관한 문헌고찰. **한국생활과학회지**, 6(1), 73-82.
- Andreasen, A. R. (1975). *The Disadvantaged Consumer*. NY: The Free Press.
- Burnhardt, K. U. (1981). Consumer problem and complaint action of older Americans: A national view. *Journal of Retailing*, 7(3), 107-123.
- Burton, J. R., & Hennon, C. B. (1980). Consumer concerns of senior citizen center participant. *The Journal of Consumer Affairs*, 14(2), 366-382.
- Gronhaug, K. (1991). Exploring the problem prone consumers: hypothesis and empirical findings. *European Journal of Marketing*, 21(1), 74-82.

- Hunt, H. K. (1980). Consumer satisfaction/dissatisfaction and complaining behavior of the elderly: An inventory of findings, In Hunt, H. K. & Magrabi, F. M. (Eds.), *Interdisciplinary Consumer Research*(pp. 79-80), Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research.
- John, D. R., & Cole, C. A. (1986). Age difference in information processing: Understanding deficits in young and elderly consumers. *Journal of Consumer research*, 13, 297-315.
- Lee, J., & Soberon-Ferrer, H. (1999). An empirical analysis of elderly consumer's complaining behavior. *Family and Consumer Science Research Journal*, 27(3), 341-371.
- Mason, J. B., & Bearden, W. O. (1979). Satisfaction/dissatisfaction with food shopping among elderly consumers. *The Journal of Consumer Affairs*, 13(2), 359-369.
- Smith, R. B. & Mochis, G. P. (1985). A socialization perspective on selected consumer characteristics of the elderly. *The Journal of Consumer Affairs*, 19(1), 74-95.

접 수 일 : 2011. 01. 24.
수정완료일 : 2011. 01. 24.
게재확정일 : 2011. 02. 08.