

계획된 행동이론을 적용한  
소비자들의 부적절한 불만행동 유형별 분석  
An Analysis of Inappropriate Consumer Compliant Behavior Type  
Based on the Theory of Planned Behavior

이영애(Lee, Youngae)\*

Department of Consumer and Child Studies, Incheon National University

<Abstract>

The theory of planned behavior proposed by Ajzen predicts that certain behaviors are determined by behavioral intentions which are affected by an attitudinal belief toward the behavior, the subject norms, and the individual's perception of their control over the behavior. This study's aim is to examine consumers' inappropriate complaint behaviors, using the theory of planned behavior. Consumers' inappropriate complaint behaviors are defined by two types, which are low -and high-intensity inappropriate complaint behavior based on the primary data collected from a group of consumer affairs professionals in the business field. The survey questionnaire was administered to 1,000 consumers via an on-line survey. The two models were assessed with path analysis in order to predict consumers' inappropriate complaint behaviors, using the theory of planned behavior. The results are as follows: First, two types of inappropriate compliant behaviors were identified according to the results of an exploratory study conducted by professionals who had been employed at the department of consumer affairs. Second, the theory of planned behavior is adequately fitted to examine the factors related to consumers' inappropriate complaint behaviors. Also, all three variables based on the theory of planned behavior, -perceived behavior control, subjective norm, and attitude- had a significant effect on inappropriate complaint behavior intention. Third, consumers' inappropriate complaint behavior intention played the most significant role in low-intensity inappropriate complaint behavior, whereas attitude was found to play a significant role in high-intensity inappropriate complaint behavior. The significance and implication were discussed in terms of effective customer management strategies.

▲주제어(Key Words) : 계획된 행동이론(theory of planned behavior), 부적절한 불만행동(inappropriate complaint behavior), 블랙컨슈머(black consumer), 소비자문제행동(consumer's problematic behavior)

I. 서론

전통적으로 소비자들의 불만행동은 대량생산과 대량유통

체제 내에서 불량 및 위해상품에 대한 소비자의 권리를 표출할 수 있는 통로임과 동시에 기업에게는 해당 기업이 제공하는 제품이나 서비스의 문제점을 파악할 수 있는 기회이자 고객

• 본 논문은 2012년도 정부재원(교육부)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음(NRF-201251A5A8023848)

\* Corresponding Author : Youngae Lee, Department of Consumer and Child Studies, Incheon National University, 119 Academy-ro, Yeonsu-gu, Incheon, Korea, Tel: +82-32-835-8253, E-mail: lae0815@incheon.ac.kr

만족경영을 실현할 수 있는 매개로 인식되어져 왔다. 따라서 소비자불만행동은 소비자운동의 촉진요인일 뿐만 아니라 불만족한 소비자가 불평행동을 하지 않은 상태에서는 소비자의 만족 및 불만족의 실태를 파악할 수 없게 되므로 소비자문제의 실질적인 해결과 권리실현 및 복지증진에 있어 매우 중요한 의미를 가지고 있다(K. Huh, 1997; S. H. Park, 1987).

소비자의 합리적인 선택은 기업 간 경쟁을 촉진하거나 기업의 경쟁력을 강화시킬 수 있는 긍정적인 역할을 수행해 왔음에도 불구하고, 그간 소비자의 지위는 기업에 비해 정보력과 교섭력에 있어 상대적으로 열위에 있을 수밖에 없었다. 산업사회의 발달로 인한 생활 및 교육수준의 향상은 다양한 소비자문제를 야기하게 되었으며, 전통적으로 육구 및 자원 활용 측면에서 비조직적인 개별 소비자들은 다양하고 정교화된 기업에 비해 상대적으로 낮은 지위를 점할 수밖에 없었다(R. M. Swagler, 1979). 그러나 교육수준의 향상으로 인해 현대 소비자들은 과거 시장에서의 이러한 불균형을 인식하게 되면서, 과거와 같은 수동적인 역할 수행에만 그치지 않고, 적극적으로 자신들의 권리와 책임을 인식하고 비대칭적인 지위를 개선하기 위한 다양한 활동들을 지속하기에 이르렀다(S. H. Park, 1987). 또한 오늘날 정보통신기술의 발달로 소비자들의 정보접근성이 증대되었으며, 기업과 소비자 간에 존재하던 정보의 비대칭성이 개선되어 지위의 불평등성이 상당부분 해소되었고, 지속적인 소비자교육과 운동의 결과로 소비자의 지위가 향상되었다. 이로 인해 현대 소비자들은 변화된 시장 환경의 영향으로 인해 과거에 비해 보다 개선된 고객 서비스를 경험할 수 있는 기회가 꾸준히 증가하게 되었고, 소비자의 요구를 반영하지 못하는 기업은 더 이상 시장에서 생존이 불가능한 상황에서 소비자의 의견과 불만사항에 대한 기업의 관심은 필연적으로 증가할 수밖에 없었다.

이러한 배경 하에 소비자들은 경제 주체로서 자신의 요구나 희망사항을 당연한 권리로서 주장하게 되었으며, 이는 소비자보호제도의 강화와 기업의 고객만족경영 등과 같은 외부적인 시장 상황과 맞물려 소비자의 지위와 기대치가 향상되는 결과를 초래하게 되었다. 물론 아직도 기업의 기만행위와 불공정 거래에서 생기는 소비자 피해가 흔하게 발생하는 것이 사실이지만, 일부 소비자에 의해 지나치게 자신들의 권리의식을 강조하거나 무리한 요구를 하는 사례가 자주 보고되고 있는 것도 사실이다(S.-H. Lee, 2011). 실제 기업을 상대로 구입한 상품이나 서비스에 대해 고의적인 악성민원을 제기하는 소비자가 증가하고 있다는 사실은 소비자가 효용극대화만을 추구하는 소극적 의미의 소비주체로서의 역할에서 벗어나 소비자를 둘러싼 경제·사회·정치·문화의 전 영역에서 책임 있는 사회적 행동을 수행해야 하는 사회적 선택의 조화를 중시하는 시대적 패러다임의 변화에 능동적으로 대처하지 못하고 있음을 반증하는 것이다. 또한 불합리한

요구나 악성클레임을 제기하는 소비자들이 증가하게 되면 결국 다양한 경제·사회적인 측면에서 비효율성을 초래하게 될 것이라고 예상할 수 있다.

소비자들의 부적절한 불만행동은 불필요한 사회적 비용을 유발시키고, 이로 인해 기업의 피해가 증가하고, 소비자의 권리를 사회적으로 실현할 수 있는 긍정적 효과가 감소되는 등의 부정적 영향력을 증대시킨다(B. S. Baek & H. J. Park, 2009). 그럼에도 불구하고 이러한 소비자들의 문제행동에 대해 소비자들을 대상으로 이론적 해석이나 학문적 논의를 시도한 연구가 거의 없는 실정이다. 이는 아직까지 소비자들의 부적절한 불만행동에 관한 객관적이며 포괄적인 데이터가 매우 부족한 실정임을 반영하고 있는 것이며, 부적절한 불만행동을 개념화하거나 공론화시키지 못했다는 한계점을 지적하지 않을 수 없다(B. S. Baek & H. J. Park, 2009; I. Song & D. S. Yang, 2008). 몇몇의 연구에서는 소비자의 부적절한 불만행동에 대한 연구가 필요함을 역설하면서도 이러한 주제가 갖는 중요한 의미에도 불구하고 아직까지 학문적으로 주목을 받고 있지 못함을 지적하고 있다(R. A. Fullerton & G. Punj, 1998; G. McCracken, 1988). 따라서 소비자의 부적절한 불만행동에 대한 체계적이고 이론적인 접근과 관련 주제에 대한 학문적 논의가 갖는 필요성은 매우 크다고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 인간의 사회적 행동을 분석하는데 유용한 이론 체계인 계획된 행동이론(D. Hrubes, I. Ajzen, & J. Daigle, 2010)을 적용하여 소비자들을 대상으로 정량적 조사를 실시하여 부적절한 불만행동에 영향을 미치는 요인들을 체계적으로 파악하고자 한다. 이를 통해 소비생활에서 나타나는 문제행동인 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 심층적이며 체계적인 분석을 해볼 수 있다는 측면에서 의의를 가진다고 할 수 있다. 소비자들의 부적절한 불만행동을 다루기 위해 시도된 기존 연구들은 거의 소비자상담 관련 종사자를 통한 문제행동의 유형을 탐색적으로 분석하는데 그치고 있어 본격적으로 소비자들을 대상으로 한 실증적 연구를 시도하는 것은 매우 시의적절하고 중요한 의미를 가진다고 할 수 있다.

이에 본 연구에서는 이러한 문제행동을 하는 소비자들을 대상으로 근원적이고 전문적인 대응전략을 모색하기 위한 기초자료를 제공하기 위해 소비자들의 부적절한 불만행동의 원인을 체계적으로 접근하여 파악하고자 한다. 또한 본 연구를 통해 파악된 소비자들의 부적절한 불만행동의 영향요인을 파악하고 다양한 문제행동에 대한 각 경제주체들의 전략적인 대응방안을 도출하기 위한 기초자료와 소비자교육 자료를 제공하는데 연구의 목적이 있다.

## II. 선행연구고찰

### 1. 소비자들의 부적절한 불만행동

부적절한 불만행동을 하는 소비자는 일명 블랙 컨슈머 혹은 악덕 소비자라는 용어로 흔히 지칭되는데, 이러한 행동 범위는 과도한 소비자의 권리행사부터 불법과 합법의 경계 선상에서 자신의 요구를 관철시키려고 하는 행동까지를 모두 포괄하는 개념으로 활용되고 있다. 또한 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 학술적 연구를 바탕으로 한 전문적 용어의 통일성이 부족한 상태에서, 소비자의 부적절한 불만행동은 소비자불량행동, 소비자일탈행동, 소비자문제행동 등으로 다양하게 불리고 있다(R. A. Fullerton & G. Punj, 1997; L. C. Harris & K. L. Reydolds, 2004; C. Lovelock, 2001).

소비자의 부적절한 불만행동과 관련된 연구에 의하면, J. Suh and I. Song(2006)은 소비자 비양심성, 불법성, 기만과 같이 비윤리적인 상거래 행동과 억지, 공격성, 무례함 등과 같이 지나치게 감정을 표출하는 행동 모두를 포함하여 거래상 권리를 남용하는 것으로 소비자의 문제행동을 정의하였으며, 소비자가 권리를 남용하는 한편 책임을 다하지 못하는 행동을 포괄하는 개념으로 정의내리기도 하였다(K. Huh, 1997; I. Song & D. S. Yang, 2006). The Organization of Consumer Affairs Professionals(2008)는 문제행동을 하는 소비자를 블랙 컨슈머로 규정하고, 상습적으로 악성민원을 제기하는 소비자로 규정하는 협의의 개념으로 접근하기도 한다. H. Yang(2005)는 소비자의 불만행동 중 불만의 내용이 정당하지 않거나 불만행동의 방법이 법적 절차에 부합하지 않아 소비자의 불만행동이 사회의 도덕적 원칙이나 기준에 비추어 올바르지 않는 경우로 규정하고 있다. 또한 B. S. Baek and H. J. Park(2009)의 연구에 의하면 소비자 문제행동이란 소비자가 사업자로부터 제품 및 서비스를 구매·사용하는 중에 발생한 불만이나 불평행동을 제기하는 과정에서 사업자 또는 소비자상담을 담당하는 기관의 과실이나 책임범위를 넘어 사업자 또는 소비자업무를 처리하는 소비자단체나 해당 기관에 일반적으로 용인될 수 있는 범위를 초과하는 무리한 불평행동을 함으로써 소비자상담을 담당하는 제 3의 기관이나 사업자에게 과도한 비용(시간, 노력, 경비)을 요구하는 행위를 포괄하고 있다. 따라서 소비자들의 부적절한 불만행동이란 일반적으로 허용할 수 없는 보상범위를 과도하거나 무리하게 주장하는 것으로 정의내릴 수 있다(Y. Lee & S.-J. Lim, 2013).

소비자의 부적절한 불만행동에 대한 선행 연구는 많지 않으며, 관련 연구 내용도 구매단계에서의 소비자의 비윤리적

행동 및 소비자와 판매자와의 상호작용에 관한 내용이 주를 이루고 있는 실정이다(B. S. Baek & H. J. Park, 2009; Y. Lee & S.-J. Lim, 2013; J. Suh & I. Song, 2006). 또한 불만행동에 대한 유형분류, 불만행동의 결정요인, 개인적 특성에 관한 연구들이 존재하나 이는 소비자의 불만행동을 긍정적 인 효과로 인식하여 진행한 연구로서 소비자의 부적절한 불만행동에 초점을 맞춰 문제행동의 원인과 이유를 통해 소비자의 책임의식과 역할에 대한 학문적 논의를 시도한 연구는 거의 없는 실정이라고 할 수 있다. 따라서 소비자들의 부적절한 불만행동은 소비선택의 역기능적인 측면으로 소비자의 권리실현으로 보기에 어려움이 있을 수밖에 없고, 기업 활동의 순기능적인 역할을 담당하는 통상의 소비자 불만행동과는 다른 관점에서 접근해야 함을 시사한다고 할 수 있다. 이에 소비자의 부적절한 불만행동은 소비자의 권리신장과 지금까지 기업에 비해 상대적 약자로서 보호의 대상으로만 여겨졌던 소비자들의 지위로 인해 부적절한 불만행동도 일정 정도 사회적으로 용인되거나 묵과되었던 것이 사실이다. 이러한 결과를 종합해 볼 때, 소비자의 부적절한 불만행동은 다른 다수의 소비자에게 비용을 분담시키게 되며, 사회적 문제와 처리비용을 유발시켜 결과적으로 소비자후생을 감소시키는 결과를 초래하게 된다. 따라서 본 연구에서는 인간의 사회적 행동을 분석하는데 유용한 이론 체계인 계획된 행동이론을 적용하여 일종의 문제행동이라고 할 수 있는 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 체계적인 분석을 시도해보고자 하였다.

### 2. 계획된 행동이론

계획된 행동이론은 사회적으로 바람직하지 않은 행동 예를 들어 음주운전, 흡연, 대학생의 폭음행위, 학교 중퇴의도 등을 설명하려는 목적으로 사회심리학의 여러 분야에서 시도된 분석모형이라고 할 수 있다(D. Brodahead-Fearn & K. M. White, 2006; D.-P. Cha, 2005; D.-W. Cho & K.-Y. Hwang, 2001; J.-E. Park & S. Chung, 2011; S.-K. Park & M. Han, 2007). 인간행동에 있어서 신념, 태도, 행위의도, 행동 간의 관계를 설명하기 위한 이론적 토대는 크게 합리적 행위이론(Theory of Reasoned Action)과 계획된 행동이론(Theory of Planned Behavior)으로 구분되어 설명될 수 있다. 합리적 행위이론은 Fishbein에 의해 처음으로 활용된 이후 개인이 자신의 행동을 통제할 수 있다는 전제하에 특정행동을 하는 것에 대한 의도는 태도와 주관적 규범이 복합적으로 작용해서 나타나는 것이라고 설명하고 있다(M. Fishbein & I. Ajzen, 1975). 그러나 특정한 행동을 결정하는 가장 중요한 요인은 행동의도이고, 이를 위해 완전히 자발적 통제 하에서 특정행동이 설명될 수 있다고 주장하기 때문에 현실 상황에 직접

활용하기에 여러 가지 문제점이 발생하게 된다(S. Nam, 2010).

이에 비해 계획된 행동이론은 인간의 사회적 행동에서 결정적 요인을 제시하는데 주로 사용되는 이론으로 행동에 대한 결정요인은 행동을 수행하려는 개인의 의도가 강할수록 그들의 행동을 보다 더 잘 예측할 수 있다고 주장한다(I. Ajzen & B. L. Driver, 1992; D. Hrubes, I. Ajzen & J. Daigle, 2010; P. Norman, T. Clark, & G. Walker, 2005). I. Ajzen and B. L. Driver(1992)는 이러한 특정 행동에 대한 의도에 영향을 미치는 변수로 행동에 대한 태도, 주관적 준거, 인지된 행동통제를 들고 있다. 태도는 행동 또는 대상에 대한 우호적이거나 비우호적인 평가 정도로 일반적인 느낌의 정도를 지칭한다(I. Ajzen, 1991). 주관적인 준거나 규범은 사람들이 특정행동을 해야 할지 말아야 할지에 대한 중요한 주변 인물들의 반응으로 행위자가 인지하는 일종의 사회적 압력을 개념화한 것이다(A. Rivas & P. Sheeran, 2003). 지각된 행동통제는 행동을 수행하는데 느껴지는 어려움과 용이함을 인지하는 것으로 시간, 돈 등의 기타 물질적인 자원요소를 의미하는 외적요소와 개인의 능력, 자아효능감, 자신감 등을 의미하는 내적요소로 구분되어 활용될 수 있다(I. Ajzen, 1991). 대체적으로 행동에 대한 우호적인 태도를 보유할수록, 행동을 고려하는 주관적 준거를 가지고 있을수록, 지각된 행동통제가 강할수록 특정 행동을 하고자 하는 개인의 의도는 강해지게 된다(I. Ajzen & B. L. Driver, 1992).

계획된 행동이론은 특정한 행동을 하게 될 때 선택에 대한 기본적인 속성들 즉 태도나 신념뿐만이 아니라 사회적 영향력 변수인 주관적 준거를 고려하게 되며, 개인이 보유하고 있는 외적자원 및 내적 요소에 대한 인지를 통해 소비자행동분석을 설명할 수 있게 되는 확장적인 분석틀이 될 수 있다. 비록 계획된 행동이론이 지각된 행동통제의 영향력에 대한 문제제기가 꾸준히 진행되고 있더라도 여전히 계획된 행동이론은 사람들이 특정한 행동을 왜 하는지를 이해하는데 매우 유용한 분석틀이라는 지지를 받고 있기 때문에(I. Ajzen & M. Fishbein, 1980; K. S. Courneya & T. M. Bobick, 2000), 이 이론이 가지는 약점에도 불구하고 소비자의 부적절한 불만행동을 이해하고 관련 영향요인들을 파악하기 위한 이론적 시도로 활용되기에는 유용하다는 판단 하에 본 연구에서는 계획적 행동이론을 소비자들의 부적절한 불만행동의도 및 행동에 적용하여 살펴보고자 한다.

### III. 연구문제 및 연구방법

#### 1. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 조사대상은 자신이 구매한 상품이나 서비스에

불만이 생겨 해당 불만을 제기한 경험이 있는 전국의 만 20세 이상의 남녀 소비자로서 온라인을 통한 설문조사를 실시하였다. 최근 1년 이내에 자신이 구입했던 상품 및 서비스에 대해 불만이 생겨 기업 고객센터나 소비자 단체 등을 통해 자신의 불만사항을 전달한 경험이 있는 남녀 소비자 1,000명을 대상으로 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 구조화된 설문에 응답하도록 하였다. 자료수집은 2013년 3월 21일부터 28일까지 일주일동안 실시하였으며, 인터넷 서치엔진인 나우엔픽처를 이용하였다.

#### 2. 측정도구

소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 설문 항목 구성을 위해 일반 기업체의 소비자상담실이나 고객센터 부서의 실무담당자 5명을 대상으로 포커스그룹 인터뷰를 진행하여 소비자들의 부적절한 불만행동 유형을 정리하였다. 포커스그룹 인터뷰 과정은 우선적으로 기업측에서 느끼는 소비자들의 부적절한 불만행동의 특징 및 대처시의 어려운 점들에 대해 들어보았고, 기업 실무담당자인터뷰 내용과 기존의 선행 연구에서 유형화된 부적절한 불만행동의 세부내용들을 바탕으로 부적절한 불만행동 유형화를 실시하였다. 그 후 실무담당자들에게 유형화 된 각각의 문항들에 대하여 부적절한 불만행동이라고 느껴지는지의 강도를 물어보았고 5점 리커트 척도를 통해 대답을 측정하였으며, 기업입장에서 대처하기 어려운 소비자불만행동 유형의 강도차이를 구분해달라고 요청한 후, 해당 조사결과를 바탕으로 상대적으로 대처하기 쉬운 3, 4순위를 저강도 부적절한 불만행동 유형과 대처하기 어려운 1, 2순위를 고강도 부적절한 불만행동 유형으로 구분한 뒤 해당 유형들의 강도를 반영하였다. 즉, 본 연구에 사용된 측정도구는 각 변인들에 대한 기존 연구와 기업체의 실무자들을 대상으로 진행된 탐색연구의 결과를 토대로 하여 구성되었으며, 자기평가 기입법에 기초한 구조화된 설문지를 사용하였다.

또한 본 연구에 사용된 설문지는 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 계획된 행동이론의 선행 결정요인에 대한 문항인 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제가 측정되었으며, 소비자들의 부적절한 불만행동의도 및 부적절한 불만행동, 사회인구학적 변수들로 구성되었다.

#### 3. 주요 변인에 대한 조작적 정의 및 척도 구성

본 연구에서 사용된 소비자들의 부적절한 불만행동이란 확인되지 않은 사실에 대해 억지주장을 하거나 자신들의 요구를 과도하게 주장하며 허용할 수 없는 보상범위를 무리하게 주장하여 업무를 방해하는 행동으로 정의내릴 수 있다.

이러한 소비자들의 부적절한 불만행동은 다양한 세부 유형으로 분류될 수 있기 때문에 본 연구에서는 구체적인 불만 사항에 대해 상대적으로 대처하기 쉬운 “저강도 부적절한 불만행동”과 대처하기에 어려운 “고강도 부적절한 불만행동”으로 구분하였다. 저강도 부적절한 불만행동은 주로 확인되지 않은 피해를 입었다고 주장하거나 자신만이 옳다고 억지 주장하는 과정에서 감정적으로 흥분하여 대응하는 등의 행동들을 의미한다. 이에 비해 상대적으로 대처하기 어려운 고강도 부적절한 불만행동은 실제 피해액보다 더 많은 보상을 요구하거나 정신적 위자료까지를 요구하는 등의 과도한 요구를 하거나 자신의 주장을 관철시키기 위해 업무를 방해하는 등 행위들이 포함된다.

계획된 행동이론과 관련된 측정변수들은 I. Ajzen(1991)과 I. Ajzen and B. L. Driver(1992)의 연구에 기초하여 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 태도(12문항), 주관적 규범(4문항), 지각된 행동통제(6문항)로 구분하여 본 연구에 적합하도록 구성하였다(I. Ajzen, 1991; I. Ajzen & B. L. Driver, 1992) 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 태도는 앞서 제시했던 저/고강도 부적절한 불만행동에 대해 소비자들이 보이는 호의적 혹은 비호의적인 반응으로 정의할 수 있으며, 저/고강도 부적절한 불만행동 유형 내에서 구체적인 행동들에 대해 다양한 반응의 정도를 7점 리커트 척도로 측정하였다. 부적절한 불만행동에 대한 주관적 규범은 준거집단이 부적절한 불만행동을 수행해야 한다고 생각하는 정도로 정의될 수 있으며, 제시된 저/고강도 부적절한 불만행동 유형 내에서 구체적인 행동들에 대한 준거집단의 영향의 정도를 7점 리커트 척도로 측정하였다. 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 지각된 행동통제는 저/고강도 부적절한 불만행동을 수행하는데 요구되는 통제신념과 지각된 지원을 포함하여, 구체적인 행동들에 대한 자원과 기회의 지각 정도를 7점 리커트 척도로 측정하였다.

소비자들의 부적절한 불만행동의도(4문항)와 부적절한 불만행동(8문항)은 B. Baek and H. Park(2009), J. Suh and I. Song(2006), H. Yang(2005)의 연구를 기초로 하여 본 연구의 목적에 부합하도록 재구성하고(B. S. Baek & H. J. Park, 2009; J. H. Suh & I. Song, 2006; H. Yang, 2005), 이를 다시 저/고강도 불만행동의도와 행동으로 구분한 뒤 부적절한 불만행동 의도는 7점 리커트 척도와 부적절한 불만행동은 5점 리커트 척도로 각각 측정하였다.

#### 4. 분석방법

자료의 분석은 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 행동의도 및 부적절한 불만행동에 대한 요인구조를 파악하기 위해 요인분석을 실시

하였으며, 구성개념들의 신뢰성을 분석하기 위해 Cronbach' α값을 이용하여 문항의 내적 일관성을 측정하였다. 조사대상자들의 특성과 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 일반적 수준 및 응답자들의 인구통계학적 특성에 따른 차이를 파악하기 위해 빈도, 평균, 백분율, t-test, 분산분석을 사용하였고, 다중회귀분석을 통해 소비자들의 부적절한 불만행동의도 및 행동에 영향을 미치는 관련 변수들의 영향력을 분석하였다. 또한 소비자들의 부적절한 불만행동에 영향을 미치는 변수들의 인과관계를 분석하기 위해 경로분석을 수행하였다.

#### IV. 연구결과

##### 1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 제시하면 <Table 1>과 같다. 성별은 남성과 여성이 500명씩 동수로 조사되었으며, 연령의 경우 40대 이상이 28%로 가장 높게 나타났고, 30대, 20대, 50대 이상 순으로 조사되었다. 직업의 경우, 사무직 근무자가 39.9%로 가장 높게 나타났으며, 주부 및 학생(24.2%), 일용 및 서비스직(13.9%), 자영업(11.7%), 전문직(10.3%)순으로 나타났다. 조사대상자들의 경우 기혼 비율이 미혼 비율보다 더 높은 것으로 나타났으며, 4년제 대학을 졸업한 경우가 58.5%로 가장 높게 나타났고, 고졸이하(21.7%), 전문대졸(12.3%), 대학원졸(7.5%) 순으로 나타났다. 서울에 거주하는 비중이 38%로 가장 높게 나타났으며, 경기 인천 지역을 포함한 수도권(29.2%), 경상권(16.6%), 전라권(8.9%), 충청권(7.1%) 순으로 나타났다. 월평균 가계소득이 200만원 미만(32.5%)으로 가장 높게 나타났으며, 300~400만원 미만(22.5%), 200~300만원 미만(21.9%), 400~500만원 미만(16.3%), 500만원 이상(6.6%) 순으로 나타났으며, 주관적인 경제 상태에 대해서는 보통임(52.6%), 어려운 편임(30.6%)과 여유로운 편임(16.8%) 순으로 조사되었다.

##### 2. 타당성 및 신뢰성 분석

1) 저강도 부적절한 불만행동에 대한 타당성 및 신뢰성 분석  
 소비자들의 저강도 부적절한 불만행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 행동의도, 부적절한 불만행동에 대한 요인을 추출하기 위해 관련 문항에 대한 요인분석을 실시한 결과는 <Table 2>와 같다. 계획된 행동이론 관련 변수인 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제는 모두 각각 단일한 요인구조를 보이며, 3개의 구성개념으로 구분되는 것으로 나타났다. 또한 저강도 부적절한 불만행동의도와 저강도 부적절한 불만행동 역시 각각 단일한 요인구조를 가지며, 각각의

Table 1. Demographic Characteristics of the Respondents

Category		Frequency (%)	Category		Frequency (%)
Gender	Male	500(50.0)	Marital Status	Married	348(34.8)
	Female	500(50.0)		Single	652(65.2)
Age	20s	226(22.6)	Education	High school	217(21.7)
	30s	270(27.0)		College	123(12.3)
	40s	280(28.0)		University	585(58.5)
	Over 50s	224(22.4)		Graduate school	75(7.5)
Employment Status	Full-time	399(39.9)	Residential Area	Seoul	380(38.0)
	Profession	103(10.3)		Metropolitan cities	292(29.2)
	Self-employed	117(11.7)		Gyeongsang	168(16.8)
	Daily/Service	139(13.9)		Jeolla	89(8.9)
	Others	242(24.2)		Chungcheon	71(7.1)
Average Monthly Household Income <sup>†</sup>	< 200MW	325(32.5)	Subjective economical status	Difficulties	306(30.6)
	200~300MW	219(21.9)		Fare	526(52.6)
	300~400MW	225(22.5)		Well-off	168(16.8)
	400~500MW	163(16.3)	Total		1000
	≥ 500MW	68(6.8)			(100.0)

Note: 1MW=10,000won

Table 2. Factor Analysis of Low-Intensity Inappropriate Complaint Behavior

Factor	Item	Factor loading	Cronbach's $\alpha$
Attitude	It is wise to say unconfirmed damage through media report.	.893	.945
	It is beneficial to claim my opinion without checking laws related to consumers.	.904	
	It is beneficial to get angry with emotional fever.	.837	
	It is good to claim my opinion arbitrarily.	.907	
	It is fair to claim being damaged by the fact unconfirmed.	.908	
	It is pleasure to abuse at others in order to solve my complaint.	.873	
Subjective Norm	Parents(or friends) would support that I claim my damage unconfirmed in order to solve my complaints.	.966	.927
	Parents(or friends) would think that I get angry or to insult others when I demand to solve my complaints.	.966	
Perceived Behavior Control	I can always claim my opinion about my complaint whether it is true or not.	.889	.859
	It is easy to get infuriated emotionally or say insult with looking around in order to solve complaint.	.861	
	I can claim to be damaged unconfirmed with sufficient resources, time, and information needed based on only news released.	.900	
Behavioral Intention	I have a mind to claim to get damage unconfirmed in order to be accept my compliant.	.973	.944
	I am willing to say severely or get excited emotionally in order to be accept my compliant.	.973	
Low Intensity Inappropriate Complaint Behavior	I do not talk as much as possible to the adverse information in order to be accepted what I want.	.858	.724
	I keep trying to be accepted what I want without resolving misunderstanding occurring due to my lack of knowledge.	.806	
	I am seriously angry and react emotionally.	.744	

Table 3. Factor Analysis of High-Intensity Inappropriate Complaint Behavior

Factor	Item	Factor loading	Cronbach $\alpha$
Attitude	It is wise to demand mental compensation in addition to the actual damages.	.889	.950
	It is beneficial to require 100% refund and compensation to producers if there is a problem with the use of the product.	.903	
	It is beneficial to request for the connection with supervisor or CEO while counseling complaint.	.849	
	It is good to request for resolution and reimbursement without evidence(damaged products and contract).	.917	
	It is fair to say that complaint would be spreaded through the media or the internet.	.916	
	It feels good as fault is on business side even in case of both's faults.	.889	
Subjective Norm	Parents (or friends) would agree with my demand about mental compensation except for actual amount of damage.	.975	.948
	Parents (or friends) think that the complaint would be spreaded through the media or the internet.	.975	
Perceived Behavior Control	Even if there is fault of both sides, I can request refund and compensation due to the responsibility of the operator at any time.	.911	.898
	Looking around, it is easy to spread rumor through the media or the internet.	.900	
	In order to request resolution and compensation without evidence, I have necessary resource, time, information and so on.	.924	
Behavior Intention	I am willing to ask for spiritual reward besides actual damage.	.974	.947
	I would say that the damage is reported by the media or the internet.	.974	
High Intensity Inappropriate Consumer Complaint Behavior	I have asked for spiritual reward as well as actual damage.	.842	.893
	I have requested dealing with consultation call first.	.836	
	I have requested connection with senior staff for settlement of my complaint.	.824	
	I have claimed the need for progress of personnel transfer on an employee's unfriendly attitude.	.856	
	I have said that my complaint would be reported by the media or the internet.	.829	

요인부하량은 모두 0.6이상인 것으로 나타났다. 문항의 내적 일관성을 측정하기 위해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 통해 신뢰도 분석을 실시한 결과, 개별 요인들의 신뢰도 계수가 0.7~0.9로 나타나 상당히 높은 신뢰성을 가진다.

2) 고강도 부적절한 불만행동에 대한 타당성 및 신뢰성 분석  
 소비자들의 고강도 부적절한 불만행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 행동의도, 부적절한 불만행동에 대한 요인을 추출하기 위해 관련 문항에 대한 요인분석을 실시한 결과는 <Table 3>과 같다. 계획된 행동이론 관련 변수인 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제는 모두 각각 단일한 요인구조를 보이며, 3개의 구성개념으로 구분되는 것으로 나타났다. 또한 고강도 부적절한 불만행동의도와 고강도 부적절한 불만행동 역시 각각 단일한 요인구조를 가지며, 각각

의 요인부하량은 모두 0.6이상인 것으로 나타났다. 문항의 내적 일관성을 측정하기 위해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 통해 신뢰도 분석을 실시한 결과, 개별 요인들의 신뢰도 계수가 0.8 이상으로 나타나 상당히 높은 신뢰성을 가진다.

### 3. 소비자들의 부적절한 불만행동의도 및 불만행동의 수준

#### 1) 소비자들의 부적절한 불만행동의도의 수준

소비자들의 부적절한 불만행동의도는 7점 척도로 측정했을 경우, 평균이 저강도 부적절한 불만행동의도는 3.02점, 고강도 부적절한 불만행동의도는 3.693점으로 고강도 부적절한 불만행동의도가 더 높은 것으로 나타났으나, 두 행동의도 모두 보통수준보다 약간 낮은 수준인 것으로 나타났다.

Table 4. Difference of Behavior Intention of Inappropriate Consumer Complaints by Demographic Characteristics

Demographic Characteristics		Low-intensity Behavior Intention	High-intensity Behavior Intention		
Gender	Male	3.158	3.856		
	Female	2.880	3.529		
	t-value	2.831**	3.166**		
Marital Status	Single	2.885	3.514		
	Married	3.091	3.788		
	t-value	-1.989*	-2.515**		
Age	20s	2.934	3.454	a	
	30s	2.987	3.719	ab	
	40s	3.071	3.711	ab	
	Over 50s	3.078	3.880	b	
	F-value	.476	2.615*		
Residential Area	Seoul	3.058	ab	3.700	ab
	Metropolitan cities	2.935	ab	3.589	b
	Gyeongsang	2.961	ab	3.688	ab
	Jeolla	3.517	b	4.214	a
	Chungcheon	2.669	a	3.437	b
	F-value	3.531**	2.993*		
Average Monthly Household Income	Less than 200MW	2.712	a	3.457	
	200MW~300MW	2.943	ab	3.667	
	300MW~400MW	3.222	ab	3.884	
	400MW~500MW	3.390	b	3.936	
	More than and equal to 500MW	3.169	ab	3.684	
	F-value	6.854***	3.387**		

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

Note: Post-hoc analysis is used to the Scheffe test.

<Table 4>는 소비자들의 부적절한 불만행동의도에 대한 조사대상자들의 인구통계학적 특성별 집단간 차이를 보여주고 있다. 제시된 <Table 4>는 통계적으로 유의한 차이를 보이는 결과만을 제시한 것으로 성별, 결혼여부, 연령, 거주지, 월평균가계소득에 따라 각기 저·고강도 부적절한 불만행동의도가 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

억지주장을 하거나 그 과정에서 감정적인 흥분상태로 불만행동을 하게 되는 저강도 부적절한 불만행동의도와 과도한 요구를 지속적으로 하거나 자신의 요구를 관철시키기 위해 다양한 형태의 업무방해를 하게 되는 고강도 부적절한 불만행동의도의 경우 모두 유사한 경향을 보였다. 구체적으로 남성이며, 기혼자이고, 전라도지역 거주자이며, 월평균 가계소득이 300만원에서 500만원 사이의 상대적인 고소득자

일 경우에 모두 부적절한 불만행동의도가 높은 것으로 나타났다. 또한 연령의 경우는 저강도 행동의도에는 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않는 것으로 나타난 반면, 연령이 상대적으로 높을수록 고강도 행동의도가 유의하게 높은 것으로 나타났다.

## 2) 소비자들의 부적절한 불만행동의 수준

소비자들의 부적절한 불만행동을 억지주장을 하며 욕설이나 화를 내는 등의 행동을 하는 것을 저강도 부적절한 불만행동으로 분류하고, 정신적 피해를 주장하거나 상담처리 담당자의 인사 조치를 요구하고 지속적인 업무방해를 하는 등의 행위를 고강도 부적절한 불만행동을 5점 척도로 측정했을 경우, 각각의 평균이 2.701점, 2.351점인 것으로 나타났다.



Table 5. Difference of Inappropriate Consumer Complaint Behavior by Demographic Characteristics

Demographic Characteristics		Low-intensity Compliant Behavior	High-intensity Compliant Behavior	
Gender	Male	2.781	2.412	
	Female	2.620	2.289	
	t-value	2.916**	1.962*	
Marital Status	Single	2.611	2.235	
	Married	2.749	2.413	
	t-value	-2.362*	-2.697**	
Residential Area	Seoul	2.748	2.429	ab
	Metropolitan cities	2.630	2.240	ab
	Gyeongsang	2.665	2.308	ab
	Jeolla	2.850	2.578	a
	Chungcheon	2.633	2.200	b
	F-value	1.572	3.134**	
Average Monthly Household Income	Less than 200MW <sup>†</sup>	2.555	a	2.185
	200MW~300MW	2.685	ab	2.335
	300MW~400MW	2.742	ab	2.456
	400MW~500MW	2.933	b	2.514
	More than and equal to 500MW	2.755	ab	2.450
	F-value	5.383***		4.189**

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

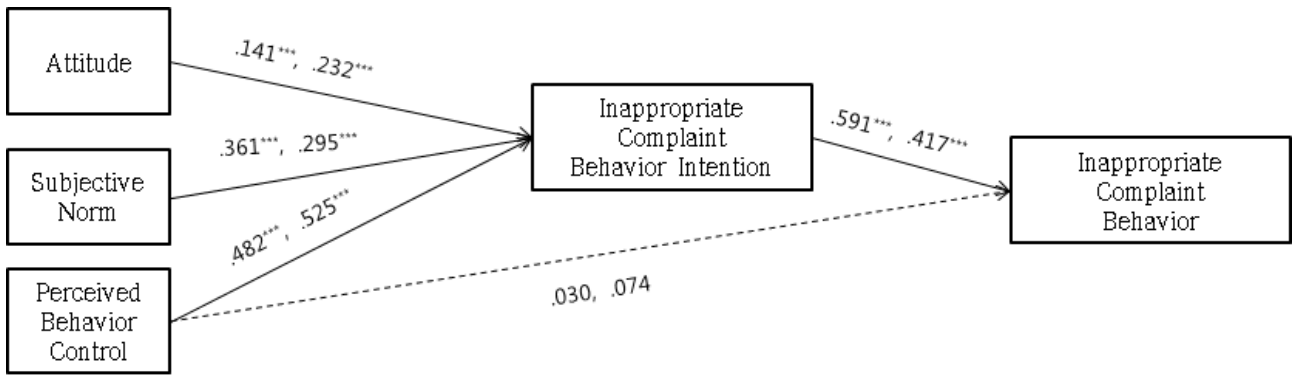
Note: Post-hoc analysis is used to the Scheffe test.

이는 실제 소비자들의 부적절한 불만행동은 고강도의 부적절한 불만행동보다 저강도의 부적절한 불만행동을 더 많이 하는 것을 의미하나, 두 행동 모두 보통수준보다 더 낮은 것으로 나타났다.

소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 응답자들의 인구통계학적 특성별 차이를 나타낸 결과는 <Table 5>와 같다. <Table 5>는 저·고강도 부적절한 불만행동에 통계적으로 유의한 차이를 보이는 변수만을 제시한 것으로, 성별, 결혼 여부, 월평균 가계소득에 따라 소비자들의 부적절한 불만행동 수준이 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 남성이면서, 기혼자이고, 상대적으로 월평균 가계소득수준이 높을수록, 저·고강도 부적절한 불만행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 또한 거주지의 경우 저강도 부적절한 불만행동에는 통계적으로 유의미한 차이를 가지지 않는 것으로 나타났으나, 서울이나 전라도 지역에 거주자들의 고강도 부적절한 불만행동 수준이 통계적으로 유의미하게 높은 것으로 나타났다.

#### 4. 소비자들의 부적절한 불만행동의도 및 불만행동에 대한 영향력

소비자들의 부적절한 불만행동에 영향을 미치는 변수들의 인과관계를 분석하기 위해 부적절한 불만행동의도를 매개변수로 하여 부적절한 불만행동에 대한 경로분석을 실시한 결과는 <Figure 1>과 같다. 각 구성개념에 대한 경로계수를 살펴보면, 저강도 부적절한 불만행동의도에 대한 태도의 경로계수는 .141, 주관적 규범의 경로계수는 .361, 지각된 행동통제에 대한 경로계수는 .482로 나타났으며 각각의 경로계수가 모두 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 또한 저강도 부적절한 불만행동의도의 경로계수는 .591로 상대적으로 높은 영향력을 보이는 것으로 나타났다. 그러나 지각된 행동통제가 저강도의 부적절한 불만행동에 미치는 영향력은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 또한 고강도의 부적절한 불만행동의도에 대한 태도의 경로계수는 .232, 주관적 규범은 .295, 지각된 행동통제는 .525, 부적절한 불만행동의도는 .417로 나타났으나, 고강도의 부적절한 불만행동에 대한 지각된 행동통제의 영향력 역시 통계적으로 유의하지



※ The path coefficients are presented in order of low and high intensity inappropriate complaint behavior. The dotted line represents insignificant effect.

Figure 1. Path Model of Consumer's Inappropriate Complaint Behavior

Table 6. Path Analysis of Inappropriate Consumer Complaint Behavior

Relationships among the Variables	Low-intensity Inappropriate Consumer Complaint Behavior Model				High-intensity Inappropriate Consumer Complaint Behavior Model			
	Causal Effects		Spurious Effect	Total Effect	Causal Effects		Spurious Effect	Total Effect
	Direct	Indirect			Direct	Indirect		
Attitude → Intension	.141	-	.584	.725	.184	-	.577	.761
Attitude → Behavior	-	.083	.400	.482	-	.077	.413	.490
Norm → Intension	.361	-	.448	.809	.295	-	.538	.833
Norm → Behavior	-	.213	.305	.518	-	.123	.313	.436
Behavior Control → Intension	.482	-	.291	.773	.525	-	.291	.816
Behavior Control → Behavior	.030	.285	.108	.423	.074	.219	.120	.413
Intension → Behavior	.591	-	-.069	.522	.417	-	.016	.433
Goodness of Fit	$\chi^2=391.477$ GFI=.951 AGFI=.931 RMSEA=.056 IFI=.974 CFI=.979				$\chi^2=562.736$ GFI=.939 AGFI=.918 RMSEA=.059 IFI=.975 CFI=.975			

않은 것으로 나타났다. 이는 계획된 행동이론이 실제행동을 얼마나 예측하고 있는지를 살펴보았을 때, 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제의 영향력이 행동의도에는 독립적으로 작용하고 있으나, 지각된 행동통제가 실제행동에 대해서는 직접적인 영향력을 확신할 수 없다는 기존의 연구결과들(I. Ajzen & B. L. Driver 1992; I. Ajzen & T. J. Madden 1986; S. Nam, 2010)과 일치하고 있다.

<Table 6>은 각각의 인과모형에서 계획된 행동이론 관련 독립변수가 종속변수에 미치는 효과를 인과적 효과와 비인과적 효과로 분해한 결과를 제시해주고 있다. 분석된 모형에 대한 모델별 적합도 지수들을 살펴보면 저·고강도의 부적절한 불만행동 모델 모두 카이제곱의 유의확률이 0.000으로 나타났다으며, GFI와 AGFI가 모두 0.9이상, RMSEA가 0.5정도,

IFI와 CFI가 모두 0.9이상으로 적합도 수준이 매우 양호한 것으로 나타났다.

태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제가 저·고강도의 부적절한 불만행동의도에 직접적인 인과효과를 보이는 것으로 나타났다. 즉, 소비자들이 저·고강도의 부적절한 불만행동에 호의적인 태도를 가질수록, 자신의 주변사람들에 의해 부적절한 불만행동이 지지를 많이 받을수록, 부적절한 불만행동을 할 수 있다는 믿음이나 자원 등의 보유수준이 높을수록 저·고강도의 부적절한 불만행동에 대한 의도를 높이는 것으로 나타났다. 이중 지각된 행동통제가 가장 강하게 영향을 주는 요인으로 나타났으며, 다음은 주관적 규범, 태도 순으로 높은 영향력을 보이는 것으로 나타났다. 일반적으로 계획된 행동이론을 적용한 연구들은 태도, 지각된 행동통제, 주관

적 규범의 순으로 영향을 미치는 것으로 나타나지만(I. Ajzen, 1991; J. Choi & K.-J. Kim, 2003; M. F. Farah & A. J. Newman, 2010; D. Shaw & E. Shui, 2003), 연구의 특성 및 투입변수의 상황에 따라 영향력의 크기는 달라질 수 있다고 하였다(I. Ajzen, 1991). 이는 소비자들이 부적절한 불만행동을 하기 위해서는 자신의 통제능력으로 그러한 행동을 수행하는 것이 쉽다고 인식해야 하기 때문에 부적절한 불만행동의도에 더 많은 영향력을 미치고 있는 것으로 추측할 수 있다. 또한 사회적으로 터부시되고 있는 부적절한 불만행동의도를 갖기 위해서는 자신의 개인적 능력이나 보유자원만이 아니라 준거집단에 대한 규범적 신념과 이를 지키려고 하는 의지가 주변인들의 지지 속에 더욱 강해질 수 있기 때문에 주관적 규범이 태도보다 더 많은 영향력을 미치고 있는 것으로 판단할 수 있다.

소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 각 변수들의 총효과를 기반으로 영향력을 살펴보면, 저강도의 부적절한 불만행동에 영향을 미치는 변수는 의도(.532), 주관적 규범(.518), 태도(.482), 지각된 행동통제(.423) 순으로 나타났다. 또한 상대적으로 대처하기 어려운 고강도의 부적절한 불만행동은 태도(.490), 주관적 규범(.436), 의도(.423), 지각된 행동통제(.413)의 순으로 영향력을 가지는 것으로 나타났다.

I. Ajzen(1991)에 의하면 소비자행동에 가장 큰 영향을 미치는 것은 행동의도라고 하였다. 그러나 본 연구결과 저강도의 부적절한 불만행동에 있어서는 부적절한 불만행동의도가 가장 큰 영향력을 보이는 것으로 나타났으나, 상대적으로 대응하기 어려운 고강도의 부적절한 불만행동에 대해서는 태도나 주관적 규범이 행동의도보다 더 높은 영향력을 보이는 것으로 나타났다. 이는 실제 피해액보다 과도한 요구를 하거나 업무방해 등을 통해 자신의 주장을 관철시키고자 하는 고강도의 부적절한 불만행동을 하는 소비자들의 경우는 자신이 행하는 고강도의 부적절한 불만행동에 대한 신념을 갖고 있지 않다면 하기 힘들며, 자신의 중요한 준거집단으로부터 받을 수 있는 인정 역시 높아야만 강도 높은 역기능적인 행동을 가능하게 하기 때문인 것으로 판단할 수 있다.

## V. 결론 및 논의

오늘날의 소비자는 기업과 더불어 경제의 기본 단위로 시장이 과거 생산지향의 공급자 중심 경제체제에서 소비자지향의 사용자 중심 경제 체제로 발전하면서 경제적 선택을 하는 소비주체로서의 역할만이 아니라 소비자를 둘러싼 다양한 영역에서 책임있는 사회적 행동을 요구받기에 이르렀다. 소비자의 사회적 책임이 현대 소비자가 지녀야 할 일종의 사회적 규범 중의 하나로 인식되고 있음에도 불구하고, 실제

기업을 상대로 구입한 상품이나 서비스에 대해 고의적인 악성민원을 제기하는 일부 소비자들의 부적절한 불만행동의 증가로 경제·사회적인 비효율성이 초래되고 있는 실정이다. 또한 소비자들의 부적절한 불만행동은 소비자의 권리신장과 지금까지 기업에 비해 상대적 약자로서 보호의 대상으로만 여겨졌던 소비자들의 비대칭적 지위로 인해 부적절한 불만행동 역시도 일정정도 사회적으로 용인되거나 묵과되었던 것이 사실이다. 소비자들의 부적절한 불만행동이 여러 가지 측면에서 부정적인 결과를 초래하고 있음에도 불구하고, 이러한 소비자들의 문제행동에 대한 이론적 해석이나 학문적 논의를 시도한 연구가 거의 없는 실정이다. 이에 본 연구에서는 인간의 사회적 행동을 분석하는데 유용한 이론 체계인 계획된 행동이론을 적용하여 사회적으로 비효율을 초래하고 있는 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 체계적인 분석을 시도하고자 하였다.

본 연구에서 나타난 결과를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 소비자들의 부적절한 불만행동을 크게 저강도 부적절한 불만행동과 상대적으로 대처하기 어려운 고강도 부적절한 불만행동으로 구분하여 분석하였다. 소비자들의 부적절한 불만행동은 앞서 제기한 것처럼 소비자들의 요구정도나 표출행동의 다양성 때문에 그 범위가 상당히 넓다고 할 수 있다. 따라서 일반 기업체의 소비자상담실이나 고객만족부서의 실무 담당자들을 대상으로 포커스그룹 인터뷰를 진행하여 그들이 경험한 소비자들의 부적절한 불만행동 유형과 대처시의 어려움 정도를 정리하여 이러한 유형구분을 추후 소비자를 대상으로 하는 실증조사와 분석에 이용하였다. 기업의 실무자들을 대상으로 한 탐색연구 결과, 저강도 부적절한 불만행동은 주로 자신이 피해를 본 사실이 없는데도 피해를 입었다고 주장하거나 감정적으로 흥분하여 불만을 표출하는 등의 행동을 의미한다. 또한 고강도 부적절한 불만행동은 상대적으로 대처하기 어렵고 까다로운 유형으로 실제 피해액보다 더 많은 보상을 지속적으로 요구하거나 정신적 위자료까지를 요구하는 등의 과도한 요구를 하고, 자신의 주장을 관철시키기 위해 업무를 방해하는 등의 행위들이 포함된다.

둘째, 소비자들의 특성에 따른 부적절한 불만행동 의도 및 불만행동 수준의 차이를 살펴본 결과, 두 유형 모두에서 유사하게 성별, 결혼여부, 거주지역 및 월평균 가계소득에 따라 부적절한 불만행동의도 및 부적절한 불만행동에 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 특히 남성, 기혼자, 전라도 지역 거주자, 월평균 가계소득이 상대적으로 높은 고소득자일 경우에 저·고강도의 부적절한 불만행동 의도가 높은 것으로 나타났다. 또한 역시 남성이면서, 기혼자, 상대적으로 월평균 가계소득이 높은 고소득자일수록 저·고강도의 부적절한 불만행동수준이 공통적으로 높게 나타났다.

셋째, 계획된 행동이론은 소비자들의 부적절한 불만행동을 설명하는데 충분한 설명력을 가지고 있는 것으로 나타났으며, 계획된 행동이론에서 제시한 지각된 행동통제, 주관적 규범, 태도는 모두 부적절한 불만행동의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이중 소비자들의 부적절한 불만행동의도에 가장 영향력이 높은 요인은 지각된 행동통제로 이는 부적절한 불만행동의도를 갖는데 있어 필요한 능력과 자신감이 많다는 것을 의미한다. 이를 통해 높은 부적절한 불만행동의도를 보이는 소비자들은 그러한 행동을 하는데 있어 사용가능한 자원이나 자신감이 크다는 것을 알 수 있다. 또한 자신의 주변사람들을 포함한 준거집단과 끊임없이 상호작용을 통해서 가족이나 친구와 같은 영향력 있는 집단의 보이지 않는 압력들 때문에 부적절한 불만행동의도를 갖는데 정적인 영향을 미친다고 할 수 있다. 이는 소비자들의 준거집단의 규범적 신념과 이를 따르려고 하는 소비자들의 의지가 결합하여 부적절한 불만행동의도가 높아지는 것을 의미한다.

넷째, 소비자들의 부적절한 불만행동 유형은 저·고강도의 부적절한 불만행동유형으로 구분할 때, 각 유형별 부적절한 불만행동에 영향을 미치는 변수들이 차이가 있는 것으로 나타났다. 저강도의 부적절한 불만행동은 행동의도가 상대적 영향력이 가장 큰 것으로 나타났으나, 고강도의 부적절한 불만행동은 태도의 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다. 이는 상대적으로 대응하기 어려운 고강도의 부적절한 불만행동을 하는 소비자들은 그와 같은 부정적 행동에 대한 강한 믿음과 지속적인 감정이나 신념이 상대적으로 높은 사람들로 이들은 고강도의 부적절한 불만행동을 더 많이 하게 된다는 것을 의미한다.

기존의 계획된 행동이론에 의하면 소비자행동에 가장 큰 영향을 미치는 것은 행동의도라고 하였다. 그러나 본 연구 결과 행동의도가 부적절한 불만행동 중 저강도 부적절한 불만행동에는 가장 큰 영향력을 가지는 것으로 나타났으나, 고강도의 부적절한 불만행동에는 태도나 주관적 규범에 의한 영향력이 더 큰 것으로 나타났다. 이는 소비자들의 부적절한 불만행동을 제어하기 위한 전략적 방안이 어떤 강도의 부적절한 불만행동으로 나타나는지에 따라 각기 다른 정책적 제언이 필요함을 의미하는 것이라고 하겠다. 즉, 저강도의 부적절한 불만행동을 보이는 소비자들의 경우에는 그러한 행동의도를 감소시킬 수 있도록 대상을 달리한 다양한 소비자교육을 통해 소비자들의 의무 및 자기책임의식을 고취시킬 수 있는 교육을 하여 감정적 흥분이나 확인되지 않은 피해에 대한 주장을 선불리 제기하지 못하도록 스스로를 강제할 수 있는 시스템을 마련하고 지속적인 운영을 해야 할 필요가 있다. 또한 과도한 요구 및 업무방해 등의 고강도 부적절한 불만행동에 큰 영향력을 가지는 변수는 태도 및 주관적 규범으

로 이러한 사실을 통해 그와 같은 행동이 비용적인 측면에서 얼마나 큰 사회적 손실을 야기하는지 혹은 다른 소비자들에게 간접적으로 피해를 주고 있음을 강조하여 고강도의 부적절한 불만행동을 부정적으로 인식할 수 있는 내용을 강조하는 교육프로그램을 구성해야 할 것이다. 즉 과도한 요구나 기업의 업무 방해 행위는 바람직하지 않으며, 어리석거나 가치가 없다는 부분을 강조하여 해당 행동들에 부정적인 가치관이 인식될 수 있도록 소비자교육 프로그램을 고안해야 할 것이며, 부모나 친구들의 영향력도 높기 때문에 해당 당사자뿐만이 아니라 그 부모 및 친구들과 같이 참여할 수 있는 형태들도 고려해 볼 수 있을 것이다.

본 연구를 통해 계획된 행동이론이 소비자들의 부적절한 불만행동을 분석하는데 유용한 이론임이 입증되었으며, 이러한 문제행동을 하는 소비자들을 위한 대응전략을 모색하는데 기초자료로 활용되기 위해 소비자들의 부적절한 불만행동 유형별 원인을 체계적으로 파악하고자 했다는 점에서 본 연구가 가지는 의의가 있다. 소비자들의 부적절한 불만행동을 분석함에 있어 사업자와 소비자 시각 모두를 고려하여 입체적으로 분석모형을 제시하였으며, 소비자의 부적절한 불만행동의 유형별 계획된 행동이론의 적용을 통한 소비자들의 문제행동의 이론적 분석의 틀과 체계가 마련되었다는 측면에서 중요한 의미를 갖는다고 할 수 있다. 소비자들의 부적절한 불만행동에 대응을 해야 하는 입장에서 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 반응의 강도를 기준으로 저·고강도로 구분하여 활용했다는 점에서 의의가 있다. 또한 계획된 행동이론의 적용은 소비자들의 부적절한 불만행동에 대한 태도, 준거집단의 영향, 지각된 행동통제, 행동의도 등의 영향력을 각각 파악할 수 있게 되므로 소비자행동을 구성하는 각 영역 범주와 단계별로 구체적인 소비자교육방안을 도출할 수 있게 될 것이다. 이를 통해 소비자로서의 사회적 역할과 책임에 초점을 맞춘 실질적인 소비자교육방안과 자료의 생산에 기여할 수 있게 될 것이다.

본 연구가 가지고 있는 다양한 함축적 의미에도 불구하고 보다 의미있는 후속 연구를 위해서는 보다 정교한 방식을 통한 소비자들의 부적절한 불만행동을 구분할 필요가 있다. 본 연구에서는 부적절한 불만행동을 대응해야 하는 업무에 종사하는 사람들이 느끼는 업무의 강도 측면에서 저·고강도로 구분하여 제시하였으나, 추후 구체적이고 보다 의미있는 연구로 발전하기 위해서는 다른 측면에서 소비자들의 부적절한 불만행동유형을 세분화하여 다차원적으로 접근할 필요가 있다. 이를 기반으로 기업의 대응메뉴얼이나 관리 시스템이 구축될 수 있을 것이며, 이러한 체계를 통해 자연스럽게 소비자만족과 소비자주권향상이 실현될 수 있게 된다.

## REFERENCES

- Ajzen, I. (1991). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1-63.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of Leisure research*, 24(3), 207-224.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc.
- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(5), 453-474.
- Baek, B. S., & Park, H. J. (2009). A study on consumer's problematic behavior in the consumer complaining behavior process. *Journal of Consumer Policy Studies*, 36, 1-24.
- Broadhead-Fearn, D., & White, K. M. (2006). The role of self-efficacy in predicting rule-following behaviors in shelters for homeless youth: A test of the theory of planned behavior. *The journal of Social Psychology*, 146(3), 307-325.
- Cha, D.-P. (2005). Understanding binge-drinking: A test of the theory of planned behavior. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 49(3), 349-390.
- Cho, D.-W., & Hwang, K.-Y. (2001). Determinants of internet banking usage behavior: Applying theory of planned behavior. *Korean Management Review*, 30(4), 1225-1249.
- Choi, J., & Kim, K.-J. (2003). A study of consumer e-shopping adoption behavior: A test of the theory of planned behavior. *Journal of Consumer Studies*, 14(4), 89-103.
- Courneya, K. S., & Bobick, T. M. (2000). Integrating the theory of planned behavior with the processes and stage of change in the exercise domain. *Psychology Sport Exercise*, 1(1), 41-56.
- Farah, M. F., & Newman, A. J. (2010). Exploring consumer boycott intelligence using a socio-cognitive approach. *Journal of Business Research*, 63(4), 347-355.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Beliefs, attitudes, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fullerton, R. A., & Punj, G. (1997). The unintended consequences of the culture of consumption: An historical-theoretical analysis of consumer misbehavior. *Consumption Marketing & Culture*, 1(4), 393-423.
- Harris, L. C., & Reynolds, K. L. (2004). Jayconsumer behavior: An exploration of types and motives in the hospitality industry. *Journal of Interactive Marketing*, 12(1), 63-71.
- Huch, K. (1997). Consumer complaining behavior response to dissatisfaction from consuming goods and services. *Journal of Korean Home Management Association*, 15(4), 81-102.
- Hrubes, D., Ajzen, I., & Daigle, J. (2010). Predicting hunting intentions and behavior: An application of the theory of planned behavior. *Leisure Sciences*, 23(3), 165-178.
- Korea Electronics Association (2005). *Research of unethical consumer compliant behavior*. Seoul, Korea: Hee Yang.
- Lee, S.-H. (2011). *Black Consumer*. Seoul: Bookspace.
- Lee, Y., & Lim, S.-J. (2013). Moderating effect of consumer competency in regards to the influence of interaction style with sales man on inappropriate consumer compliant behaviors. *Journal of Korean Home Management Association*, 31(5), 185-200.
- Lovelock, C. (2001). *Services marketing: People, technology, strategy*. (4th ed.). Sydney: Prentice-Hall.
- McCracken, G. (1988). *Culture and consumption*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Nam, S. (2010). A study of metro-sexual consumption behavior: A test of the theory of planned behavior. *Journal of Consumer Studies*, 21(1), 161-180.
- Norman, P., Clark, T., & Walker, G. (2005). The theory of planned behavior, descriptive norms, and the moderating role of group identification. *Journal of Applied Social Psychology*, 35(5), 1008-1029.
- Park, J.-E., & Chung, S.-K. (2011). Factors affecting the intentions regarding dropping out of school among adolescent: A n application of Ajzen's theory of planned behavior. *Studies on Korean Youth*, 22(2), 5-29.
- Park, S., & Han, M. (2007). A survey on user attitudes and behavioral intention for identifying preven-

- tive campaign measures for illegal online downloading. *Journal of Public Relation*, 11(2), 195-230.
- Park, S. H. (1987). Theoretical approach to consumer complaining in the view of consumerism. *Journal of Korean Home Management Association*, 5(2), 163-176.
- Rivis, A., & Sheeran, P. (2003). Social influence and the theory of planned behaviour: Evidence for a direct relationship between prototypes and young people's exercise behaviour. *Psychology and Health*, 18(5), 567-583.
- Shaw, D., & Shiu, E. (2003). Ethics in consumer choice: A multivariate modeling approach. *European Journal of Marketing*, 37(10), 1485-1498.
- Song, I., & Yang, D. S. (2008). The consumer's problematic behaviors in the complaining behavior on the household electronic products. *Consumption Culture Study*, 11(2), 175-195.
- Suh, J.-H., & Song, I. (2006). The consumer's problematic behaviors in the formal complaining behavior. *Consumer Policy & Education Review*, 2(2), 65-84.
- Swagler, R. M. (1979). *Consumer and marker*. Massachusetts: D.C. Heath and company.
- The Organization of Consumer Affairs Professionals (2008). 2008 Annual Conference Proceeding. Seoul, Korea: OCAP.

- 접수일 : 2014년 01월 15일
- 심사일 : 2014년 02월 25일
- 게재확정일 : 2014년 03월 24일