

소비자의 해외직수입 구매태도 및 행동 연구

김시월(건국대학교 소비자정보학과 교수)
류종광(건국대학교 소비자정보학과 석사과정)
린티엔치(건국대학교 소비자정보학과 석사과정)

본 연구는 최근 소비자의 다양한 역량으로 기업의 수입유통을 거치지 않고 해외사이트에서의 직접적인 구매가 증가하고 있는 상황에서, 20대를 대표하는 대학생소비자의 해외직수입 구매행동의 경험은 어떠한지를 파악하고, 경험별 해외직수입 구매태도의 차이를 파악하며, 또한 해외직수입의 이용환경에서 개선이 필요한 것은 어떤 것이 있는지를 파악하고자 하였다.

연구의 목적을 달성하기 위하여 선행연구를 참조하여 설문지를 구성하였으며, 서울 시내 K대학교 학생들을 대상으로 조사하였다. 전체 500명을 대상으로 설문지를 배부하였으나, 회수한 설문지는 433개로 분석하였다.

연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 조사대상자인 대학생소비자 전체 433명 중에서 해외직수입 구매행동의 경험이 있는 대학생소비자는 104명으로 28.7%를 보였으며, 경험이 없는 대학생소비자는 258명으로 71.3%를 보여, 경험이 없는 대학생소비자가 더 많았다. 따라서 앞으로 대학생소비자는 더 많은 해외직수입 구매행동이 증가할 것으로 보인다.

둘째, 대학생소비자의 해외직수입 구매행동에 대한 태도는 어떠한지를 살펴보기 위하여 요인분석으로 실시한 결과 3개의 요인으로 추출되었다. 요인별 문항을 중심으로, 요인1; 가격 및 품질 우위, 요인2; 배송 · 교환 · 반품의 어려움, 요인 3; 정보의 불충분성 및 비신뢰성 등으로 명명하였다. 요인의 평균을 살펴보면, 요인 2; 3.65, 요인 1; 3.59, 요인 3; 3.24의 순으로 나타나 대학생소비자는 해외직수입 구매행동에 대한 태도에서 배송 · 교환 · 반품의 어려움에 대한 태도가 가장 높았으며, 정보의 불충분성 및 비신뢰성에 대한 태도가 가장 낮았다. 그러나 전체적으로 3.2가 높아 우려의 태도를 보였다.

셋째, 대학생소비자의 해외직수입 구매경험별 해외직수입 구매태도(요인 1, 2, 3)에 대한 차이를 살펴본 결과, 요인 1; 가격 및 품질 우위에서만 유의한 차이가 있었으며, 해외직수입 구매경험이 있는 소비자가 경험이 없는 소비자에 비하여 가격 및 품질 우위에 대한 태도가 높았다.

넷째, 소비자의 해외직수입 구매행동을 하는 데 있어서 개선해야 할 필요성을 지적한 내용은, “환불, 교환 절차의 간소화”가 23.5%로 가장 높게 나타났으며, “배송시간 단축”(23.2%), “충분한 상품정보 제공”(16.8%), “정품확인 서비스”(10.7%), “배송확인 서비스”(9.5%), “주문 철차 간소화”(7.8%), “상품의 AS 개선”(7.3%), 그리고 “국내 해외 구매 대행사업자의 책임 강화”(1.2%)의 순으로 나타났다.

이러한 결과는 대학생소비자도 해외직접구매의 경험이 있을 뿐만 아니라, 앞으로 더 증가할 것으로 보여, 해외직구 사이트의 개선 필요성이 있다는 것을 알 수 있다. 그리고 해외직수입 관련 사이트가 현재보다 안전하고 상품정보를 쉽게 찾을 수 있는 시스템이 필요하다고 본다.

본 연구는 대학생소비자만을 대상으로 설문조사를 실시하여 20대를 대표한 것은 한계점이 있으나, 대학생소비자들은 아직 소득이 일정하지 않지만 해외직접구매 상품에 대해 정보를 잘 알고 있으며, 또한 소득이 있을 경우에는 더 구매행동으로 표출되므로 앞으로 이런 점을 감안한 연구 및 조사대상자의 다양한 비교가 요구된다.