

한·중 대학생의 소비자권리와 책임에 대한 의식

이희숙(충북대학교 소비자학과 교수)
곽민주(충북대학교 소비자학과 강사)
채락(충북대학교 소비자학과 석사과정)
모운중(충북대학교 소비자학과 학부생)

한 개인의 의식은 그를 둘러싼 문화에 의해 영향을 많이 받게 되며, 이는 성장과정에서 이루어지는 사회화의 결과이다. 소비자권리와 책임에 대한 의식 역시 그러할 것이며 특히 경제체제와 소비자교육, 소비문화, 소비자권리와 책임에 대하여 그 사회가 얼마나 관심을 갖는가 등이 주는 영향은 매우 중요한 부분이라고 생각된다. 이에 본 연구에서는 소비자사회회가 서로 다르게 이루어진 소비자집단 중에서, 한국과 중국소비자, 특히 대학생소비자를 대상으로 소비자권리와 책임 의식이 서로 어떻게 다른가를 살펴보는 것이 목적이다.

이를 위해 국내에 거주하고 있는 한국인 대학생, 현재 한국에 유학을 하고 있는 중국인 대학생, 중국 현지에 있는 중국인 대학생 각각 100명을 대상으로 설문조사를 하였으며, 한국대학생 100명(회수율 100%), 중국유학생 94명(회수율 94%), 중국대학생 60명(회수율 60%)만을 대상으로 최종 분석하였다. 소비자의 권리에 대한 대학생의 의식을 측정하는 내용은 한국 소비자기본법에서 명시하고 있는 권리 및 책임 등을 기초로 하여 문항을 작성하였으며, 소비자책임에 대한 대학생 의식을 측정하는 내용은 소비자정보를 효율적으로 활용할 책임, 소비윤리의식, 부당거래 등에 대해 시정·고발할 책임, 합리적 소비생활을 실천할 책임, 소비에 대하여 다양한 정보를 탐색할 책임 등을 묻는 문항으로 구성하였다. 분석방법은 PASW Statistics 18.0 프로그램을 이용하여 조사대상자의 일반적 특성 및 대학생의 소비자권리 및 책임에 대한 의식은 기술통계를 산출하였으며, 사회인구학적 특성에 따른 소비자의 권리 및 책임의식 차이를 분석하기 위해서는 t-test, ANOVA를, 사후검증을 위해서는 Scheffe-test를 실시하였다. 또한 소비자권리와 소비자책임에 대한 의식 간에 차이가 있는지를 파악하기 위해서는 paired t-test를 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 소비자권리에 대한 조사대상자 전체 평균 점수는 4.0점으로 나타나 소비자권리에 대한 의식이 강한 것으로 나타났다. 소비자책임에 대한 조사대상자 전체 평균 점수는 3.63점으로 나타났으며, 가장 높은 점수를 보인 문항은 소비윤리의 책임에서 '거스름돈을 더 많이 받았다면 소비자는 반드시 판매자에게 되돌려 주어야 한다'(3.76점)인 반면, 가장 낮은 점수를 보인 문항은 시정·고발의 책임에서 '구매했던 물건 때문에 불만이나 피해를 입었다면 아무리 작은 피해라도 보상을 받도록 노력해야 한다'(3.55점)인 것으로 나타나 시정 및 고발에 대한 책임의식이 가장 낮은 것을 알 수 있었다.

한국대학생과 중국학생간의 소비자권리에 대한 의식 차이를 살펴본 결과 한국대학생은 3.94점, 중국대학생은 4.07점, 중국유학생은 4.01점으로 모든 집단에서 중간점 3점을 훨씬 상

회하는 높은 점수를 보였으며, 집단 간의 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다. 한편, 소비자책임의식에 대해서는 한국대학생(3.72)과 중국대학생(3.71) 즉, 자국에서 공부를 하고 있는 학생들보다 중국유학생(3.49)의 점수가 더 낮았다. 세부문항에서 '물건을 구매할 때 일반적으로 충분한 정보탐색 후 구매를 결정한다.'라는 문항에서 중국유학생이 가장 낮은 점수를 보인 결과를 볼 때, 중국유학생은 자국에서 물건을 구매하는 입장인 다른 대학생들과는 달리 탐색할 수 있는 시장정보와 네트워크가 제한되어 있기 때문이라 사료된다. 이러한 결과에 기초해 볼 때, 소비자의 소비생활에 있어 소비자책임에 대한 의식은 정보탐색과 소통이 이루어지는 네트워크가 원활하게 형성되어 있는가와 밀접한 연관이 있음을 시사하고 있다.

둘째, 사회인구학적 특성이 소비자권리에 대한 의식에 어떤 영향을 끼치는가를 살펴본 결과, 성별의 경우, '소비자는 정부로부터 구매와 소비, 그리고 경제와 관련된 내용을 교육 받을 권리가 있다'라는 문항만이 유의미한 차이가 있는 것으로 나타나, 소비자는 정부로부터 교육을 받을 권리가 있다는 의식이 여자대학생보다는 남자대학생이 더 높은 것으로 나타났다. 전공의 경우는 '소비자는 단체로 불매운동이나 구매운동을 펼 수 있는 권리가 있다'라는 문항만이 유의미한 차이가 있었으며, 이공계열과 기타계열 대학생보다는 인문사회계열과 자연계열 대학생이 더 높은 동조를 하였다. 연령은 전반적으로 연령대가 높을수록 권리 의식 역시 높은 것으로 나타났다. 그리고 용돈(소득)의 경우는 측정문항에 따라 서로 다른 결과를 보였는데, '기업은 소비자에게 상품에 대한 정보를 정직하게 제공해야 한다.'의 문항에서는 용돈이 적을수록 높은 점수를 보인 반면 '정부와 기업은 소비자에게 합리적인 소비에 관하여 교육을 제공하여야 한다.'의 문항에서는 용돈이 많을수록 높은 점수를 보였다. 이러한 결과는 용돈의 개념보다는 부모에게 제공받는 용돈과 본인의 경제적 활동을 통해 번 돈(아르바이트)을 분류하였다면 다른 결과를 보일 수도 있을 것이라 사료된다.

셋째, 사회인구학적 특성에 따른 소비자책임에 대한 의식을 조사한 결과, 정보탐색 및 합리적 소비에 대한 책임의식은 남성이 더 높은 것으로 나타났다. 전공의 경우, 시정 및 고발의 책임에 있어서는 이공계열(3.94점)이 가장 높은 점수를 보였다. 그리고 연령의 경우는 몇몇 문항에서 유의미한 차이를 보였으며, 유의미한 차이를 보인 모든 문항에서 연령이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 소비자윤리, 정보탐색, 합리적 소비와 같은 책임의식이 높은 것으로 나타났다. 이는 개인이 살면서 받은 소비자 교육, 본인의 소비자활동으로 인한 경험이 누적되며 책임을 의식하게 되는 데에서 비롯되는 차이라고 사료된다. 용돈의 경우도 몇몇 측정 문항에서 유의미한 차이를 보였는데, 유의미한 차이를 보인 모든 문항에서 월평균 용돈 수준이 '중간' 수준인 '40~60만원' 집단이 다른 집단들에 비해 높은 점수를 보였다. 이러한 결과는 용돈 수준의 '중간 수준'인 집단이 다른 집단에 비해 소비자윤리, 시정·고발의 책임, 합리적 소비에 대한 책임의식이 높다는 사실을 시사하고 있으며, 일반 가계의 경우 소득수준이 아주 높거나, 낮은 집단보다 중간집단의 경제활동이 매우 합리적이라는 연구결과와 일맥상통한다고 사료된다.

넷째, 대학생의 소비자권리의식과 소비자책임의식 간의 차이를 살펴본 결과 소비자권리의식이 소비자책임의식보다 더 높은 것으로 나타났다.

이러한 연구결과를 토대로 몇 가지 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 소비자책임을 강조하는 소비자교육 및 사회적 분위기가 절실하다. 그동안 언론, 소비자단체 등을 통해 소비자권리를 강조해 왔으나 소비자책임에 대한 내용을 소홀히 했던 것은 사실이다. 이런 사회적 분위기 속에서 소비자의 책임에 대한 의식이 낮은 것은 당연한 현상으로 생각된다. 소비자책임 내용에는 구체적으로 어떤 것이 포함되는지 대한 홍보가 필요하며, 소비자책임에 대한 강조는 소비자로 하여금 소비시장환경을 건강하게 하는데 필요한 소비자의 역할을 바르게 하는데 가장 중요한 요소가 될 것이다.

둘째, 소비자 권리 및 책임에 대한 의식을 높이기 위한 소비자교육이 일찍부터 시작되는 것이 바람직할 것이다. 소비자의 소비기능이 어떠한 역할을 하는지에 대한 교육을 유년기시절부터 시작한다면, 체계적인 경제관념과 소비자책임의식이 형성되어 경제적으로 독립하는 시기의 대학생 연령층에서 합리적인 소비자책임의식을 갖출 수 있을 것이다. 유년기의 소비자교육은 가정중심의 소비자교육이 절대적으로 필요하며, 놀이방, 유치원, 초등학교에서의 적극적인 소비자교육이 필요하다.

셋째, 소비자는 소비생활을 함에 있어서 개인의 만족을 위해서 뿐 아니라, 공익적인 측면을 고려한 소비행위의 중요성을 인식하는 것이 필요하다. 즉, 소비자는 물품의 성능, 가격, 사후서비스 등 자신에게 직접적으로 영향을 미치는 상품정보에 대한 탐색에는 적극적인 반면, 개인에게 직접적인 이익이 돌아오지 않는 것은 무관심한 태도를 갖기 쉽다. 이러한 경우, 결국 시장은 소비자에게 유익한 물품과 서비스를 제공하는데 게을러 질 것이기 때문에 소비자의 복지는 낮아질 수 있음을 인식할 수 있는 소비자교육이 필요하다.

참고문헌

- 이창범(1993). 소비자권리의 기본권성에 관한 연구. *소비생활연구*, 11, 92-105.
- 최건규(2001). 의류산업에서 소비자 불만족에 관한 실증적 연구. *한남대학교 지역개발대학원 석사학위논문*.
- 최은정(2011). 한국과 중국 여성 소비자의 연령 및 사회·경제적 변인에 따른 의류제품 구매 행동에 관한 연구. *한양대학교 대학원 석사학위논문*.
- 황정선(2007). 소비자 기본 권리 보장과 역량 제고가 소비자정책 선진화에 미치는 영향에 관한 연구. *한양대학교 대학원 박사학위논문*.
- 허경옥(1998). 소비자권리와 책임에 대한 소비자의식에 관한 분석. *소비자학연구*, 9(3), 75-90.