

# 외국인 근로자의 소비생활실태

이하늘 (이화여대 소비자학과)

정순희 (이화여대 소비자학과 교수)

## 1. 문제제기 & 연구목적

행정안전부에 따르면, 2008년 5월1일 현재 90일 이상 국내 체류 중인 외국인주민이 전년대비 23.3% 증가한 89.1만 명인 것으로 나타났다. 이는 우리나라주민등록인구(4,935.5만명)의 1.8%에 해당되는 수치이다. 그리고 외국인 주민 중 외국인근로자가 43.8만명으로 49%를 점유했다.

소비는 사회적 지위와 정체성을 드러내는 중요한 요소이며 소비 방식의 동질성은 사회의 계층의 정체성과 유대를 생성,유지, 강화시키는 힘을 가지고 있다(함인희, 이동원, 박선웅, 2001). 그렇기 때문에 2000년 이후 외국인 투자 유치, 국제결혼, 이주여성, 다문화가족 등으로 인하여 국내의 외국인 유입 증가에 따른 다양한 소비생활지원 대책의 필요성에 대한 목소리가 커지고 있다. 이 중에 실질적으로 유입된 외국인들이 한국 경제에 미치는 영향은 크며 특히 외국인들의 수 증 절반을 차지하는 외국인 근로자들의 소비생활실태를 파악하는 것은 중요하다. 그러나 아직까지 국내에 거주하고 있는 외국인들의 소비생활실태 파악과 그에 따른 문제와 관련된 부분은 사실상 정책적으로 논의가 진행된 바가 없다(김현주, 2006).

따라서 본 연구에서는 국내에 거주하는 외국인 근로자의 소비생활실태를 파악하고자 한다. 이에 대해 2006년 한국소비자원의 <외국인 소비생활실태>를 연구결과를 참고,비교해 이번 연구에서는 2008년 국내 거주 외국인 근로자들의 물품 및 서비스와 관련한 소비생활 실태 및 만족도를 조사하고 문제점을 파악하고 개선방안을 마련하기 위한 기초 조사를 수행하고자 한다. 본 연구를 통해 이들의 소비생활실태를 파악하고 소비생활의 문제점을 파악한 후 이에 대한 대책을 사회제도적,의식적으로 마련하고자 한다.

## 2. 연구방법

본 조사는 2008년 10월 1일부터 10월 15일까지 남동공단을 기점으로 진행되었다. 연구자가 직접 외국인 이주민 센터, 교회, 공원 등을 방문하여 근로자들에게 설문조사를 실시한 후 회수하는 방식을 취하였다. 총 100부를 회수하였으며 이 100부 전부를 분석에 사용하였다.

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS WIN 12.0 프로그램을 사용하여 분석하였다.

1) 조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도 분석을 실시하였다.

2) 인구통계학적요인에 따른 한국에서의 만족도(생활만족도, 소비생활만족도, 소비생활불만족)을 확인하기 위해 4점 척도를 이용하여 ANOVA, F-Value, T-Value, 사후검증, 빈도분석을 실시하였다.

3) 대상자의 소비생활로 인한 불만,피해 경험 및 대응행동을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

4) 소비생활 관련 정보 취득원을 알아보기 위해 빈도분석을 하였다.

### 3. 연구결과

첫째, 인구통계학적 변수, 경제학적 변수에 따른 생활만족도, 소비생활만족도, 소비생활불만족에 대해서 알아보았다. 2006년 한국소비자원의 연구결과와는 다르게 여성이 남성에 비해 생활만족도가 높게 나타났으며 월평균소득이 높아질수록 구매할 수 있는 물품·서비스의 범위가 확대되어 생활만족도가 높아지는 것으로 나타났다. 성별과 거주기간에 따라서 소비생활만족도에 차이가 나타났으며 소비생활불만족에 대한 원인으로는 경제력 부족이 압도적으로 많이 나왔다.

둘째, 소비행태에 대해서 알아보았다. 외국인 근로자들의 가장 부담스러워하는 생활비 지출 비목으로 식비와 의복비를 꼽았다. 이는 2006년 한국소비자원의 연구결과와 유사하다. 일상 소비생활에 필요한 물품을 대형할인매장에서 구입하는 것으로 나타났으며 그 이유로는 지리적 접근의 용이성 때문인 것으로 보여진다. 지불수단에 있어서는 현금을 주로 사용하는 것으로 나타났다. 발급기준에 합당하지 못해 신용카드를 소지하지 못하고 있는 것으로 여겨진다. 이 또한 2006년 한국소비자원의 연구결과와 동일하게 나타났다.

셋째, 물품·서비스 구입, 이용 과정에서의 불만족, 피해 경험, 대응행동에 대해서 알아보았다. 의류/세탁/신발과 같은 상품에 의해서 불만족·피해 경험을 한 경우가 많았고 그 이유로는 외국인이기 때문에 구입·사용 곤란이라는 응답이 높았다. 비록 2006년 한국소비자원에서는 “휴대폰/이동전화서비스”에 의한 불만족·피해 경험이 많았지만 그 이유로는 본 연구결과와 동일하였다. 피해를 경험했을 시 포기하거나 해결하려고 노력하였으나 해결되지 않았음이라는 답변이 많았다. 이는 소비자보호기관·단체에 대한 인지도가 매우 떨어진 것과도 연관이 된다.

넷째, 물품·서비스 관련 정보원 및 향후 희망 정보원에 대해서 알아보았다. 외국인 근로자들은 소비생활에 대한 정보 취득원으로써 “이웃·친구·직장동료”와 “자신의 경험 또는 물건을 직접 보고 구입 한다”라는 응답이 많았다. 더 나아가 향후 소비생활 관련 희망 정보 취득원에 있어서도 이와 동일한 답변을 하였다. 2006년 한국소비자원의 연구결과에서 현재이용·향후 희망 정보습득원으로 “이웃·친구·직장동료”를 선택한 수가 가장 높게 나타난 것과 유사하다.