

信用販売(Credit Card) 改善에 관한 實証的 研究

—대구시를 중심으로—

(An Empirical Study on the Suggestions of Credit Card Sale)

趙 雄 杰*

Abstract

The credit card system has been introduced as a new sales method in the marketing field in Daegu city since 1978.

In order to increase its efficiency of distribution channel, we should like to find the better ways in the credit card system.

For this study, we chose randomly 420 persons credit card holders of a department store in Daegu city.

Since the credit card holders purchase products and obtain the utility and satisfactions, salesmen should establish the improvement strategies to meet needs and desires of credit card holders. we conclude that the establishment of the management systems should be based on the management concepts of modern marketing for consumer profit. Than the advantages of credit card sale should not only be recognized but also to translated into material gains by its successful utilization.

When credit card sale would come to this, I believe that credit card sale will be helpful for business men activity and consumer's life.

1. 序 論

1 研究의 目的

現代社會는 生活水準이 向上되고 生活樣式이 近代化됨에 따라 消費者의 欲求는 많은 變化를 가져오게 되 점차 多樣化되어가고 있다.

現代의 마케팅의 개념이 消費者의 欲求와 欲望을 量的·質的 把握에서 出發하여 生産者로부터 消費者에 이르는 財貨와 用役의 流通에 包含되는 모든 經營活動인 동시에 消費者가 製品으로부터 滿足스러운 價値를 얻을 수 있도록 돕는데 必要한 모든 서비스로 끝난다.¹⁾라고 정의된다면 企業은 일반소비자들의 欲求를 시키고 또한 潛在的 需要를 有效需要로 轉換시켜 購買할 수 있는 條件을 助成함과 더불어 消費者의 嗜好 패턴을 把握²⁾ 하여야 한다. 이러한 시점에서 本研究은 크레디트 카드(credit card)가 우리 나라 信託制度의 導入에 있어서 새로운 販賣方法이라는 점으로 보아 크레디트 카드의 量的·質的 效率性을 증진키기 위해서는 그 改善案이 마련되어야겠음을 認識하게 된 것이다.

釜明實業專門大學 專任講師(經營科)

註 相裕, 마케팅原論(서울:博英社, 1968), p. 17.

따라서 本研究은 信用社會의 尺度로 불리워지는 크레디트 카드 利用者의 利用動機와 利用滿足度, 利用不滿足度를 實證的으로 分析하여 問題點을 찾아 그 改善案을 提示함을 目的으로 한다. 또한 信用販賣制度의 便利性·安全性·融通性을 바르게 이해하여 消費者가 本意 아니게 구입하는 것을 사전에 방지하여 健全한 消費生活을 유도해서 消費者를 保護하는 데 있다.

1·2 研究의 方法

크레디트 카드 利用者의 구매 행동 要素를 여러 가지 측면에서 分析하여 그 改善案을 摸索·提示하기 위한 本研究의 方法은 다음과 같다.

- ① 國內外의 參考文獻을 檢討하여 그 理論的 側面을 把握한다.
- ② 크레디트 카드 利用者들에게 設問紙를 配布하여 利用動機와 利用滿足度, 利用不滿足度를 分析한다.
- ③ 크레디트 카드 制度를 實施하는 實務者와의 面담을 통해 실제 크레디트 카드 使用에 따른 問題點을 分析한다.

1·3 研究의 範圍와 限界

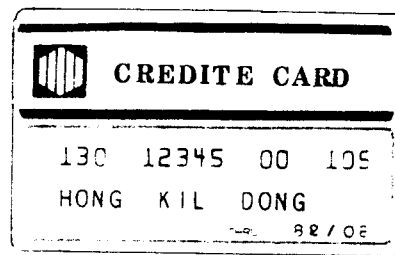
本研究은 大邱市의 크레디트 카드 利用者를 中心으로 구매행동에 관한 여러 가지 문제점중에서 利用者의 利用動機, 利用滿足度, 利用不滿足度의 實態分析을 통하여 그 問題點을 찾아 改善案을 提示하는 데 限定하였다.

2 크레디트 카드 制度의 理論的 考察

2·1 크레디트 카드 制度의 理論的 背景

1) 크레디트 카드의 定義

사회계층이 분화되고 生活樣式이 近代化됨에 따라 大量生産에 의한 과잉공급으로 熾烈한 競争이 일어나고 있다. 이러한 狀況에서 일반적으로 消費者들은 衝動(drives)이나 欲求에 의해 行動을 유발당하므로³⁾ 企業이 競争에서 우위를 확보하기 위해서는 消費者들에게 보다 正確한 情報을 提供하여 消費者들의 欲求를 充足시켜 주어야 하는데 그 한 方法으로 使用된 것이 크레디트 카드이다.



< 그림 - 1 > 크레디트 카드

크레디트 카드는 銀行이나 大規模 카드 發給會社가 消費者의 信用을 保證하는 카드를 發給해 주면, 消費者가 카드를 提示하여 現金없이 외상으로 商品이나 서비스를 利用할 수 있게 한 것이다. 크레디트 카드의 定義를 구체적으로 내리면⁴⁾

㉠ 사인 하나로 商品이나 서비스를 請求할 수 있도록 한 登錄된 信用證이다 (Desaive).

㉡ 플라스틱製로 이름과 사인이 적혀 있고 간혹 磁氣帶(magnetic tape)로 肉聲을 찍어둔 것도 있다. 寫眞이 있는 수도 있고 發行處 및 他人이 알아 볼 수 없는 一聯의 번호(number)가 찍혀 있으며 컴퓨터(computer)로 處理되는 信用保證의 手段이다(Hendrickson).

㉢ 顧客입을 立證하기 때문에 指定된 商店에서는 어디서나 商品이나 서비스의 利用이 可能하고 代金은 一定期間이 지난 후에 갚는 支拂手段이다(seder).

㉣ 카드 所持者가 카드를 使用하고 指定된 期日內에 카드 使用代金을 支拂하여야 하는데 이 支拂期日까지 카드 使用代金의 一定率에 해당하는 金額만 支拂하고 信用供與가 翌月로 延長되는 것이다(Mandell).

以上과 같이 크레디트 카드는 장소의 移轉이 可能한 信用의 媒介體로서 社會的으로 신분과 신용이 확실한

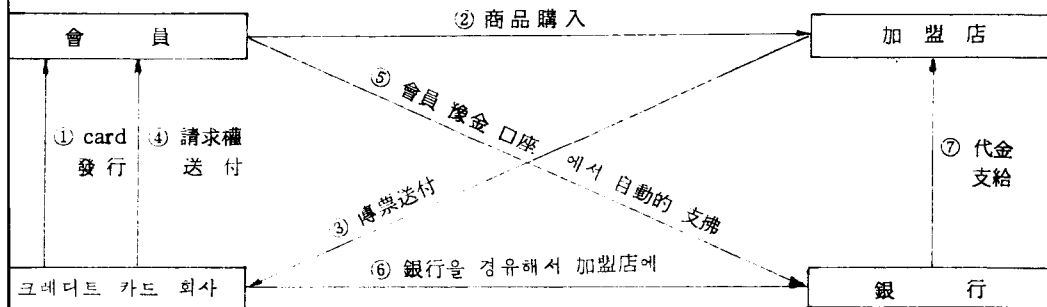
3) 金元銖, 마케팅管理理論(서울:經文社, 1981).

4) 申奉戴, 크레디트 카드에 관한 消費者 信用販賣에 관한 研究, 慶南대학교 경영대학원 석사학위논문, 1980, p. 13.

람에게 신용위주의 無担保로 카드를 발급해 언제 어디서나 現金이나 手標 代用으로 使用할 수 있는 信用을 말한다.

크레디트 카드 制度의 意味와 그 發展與件

産業革命 이후에 새로운 기제의 이용에 의한 大量生産品의 판매촉진책으로써 그리고 低額收入階層의 文化生活向上 意欲의 達成策으로써 形成⁵⁾된 信用販賣는 사회가 진전함에 따라 貸損率도 높아지게 되었는데, 것을 防止하기 위하여 消費者의 信用調査를 통해서 얻은 情報를 信用販賣에 利用하기에 이르렀다. 그리해서 外上販賣를 하는 商店에서는 고용주나 지주와 은행가의 주소와 이름을 기재하는 신용 카드(credit card)를 이용하게 되었는데 이것이 곧 크레디트 카드 制度의 시작인 것이다. 다시 말해서 크레디트 카드 制度는 社會的 身分과 信用이 높은 高客이나 法人에게 購買力을 확인한 뒤에 카드를 發給하여 이 카드를 지닌 高客에게 商品이나 서비스를 提供하고, 現金이나 手標를 받는 대신에 外上購入傳票에 서명을 받아 일에 대금을 결제하는 信用去來方式을 말하는 것이다. 이러한 크레디트 카드 制度의 意味를 보다 쉽게 表한다면 이제까지 우리가 많이 使用해 온 外上을 制度的으로 만들어 놓은 것이라 할 수 있다. 즉, 얼굴 보 外上을 주던 現代에서 신분을 확인할만한 去來者에게 證明書를 發給해 서로 얼굴을 모르는 상대라도 外이 可能하게 한 것으로 圖表로 나타내면 <그림-2>와 같다.



<그림-2> 카드 발급 및 대금지불방법

資料: 日本經濟新聞社, 現代의 消費者信用産業, 1978, p. 67.

이러한 크레디트 카드 制度는 信用이 기반인만큼 널리 확산되고 발전되기 위해서는 첫째, 이 制度를 利用할 수 있는 中産層이 많아져야 하겠으며, 둘째, 처음 實施하는 制度인만큼 廣告媒體를 통해 일반 대중에게 널리 인식시켜야겠으며, 셋째, 수많은 會員管理, 복잡한 計算, 신속 精確한 資料處理를 위해 컴퓨터의 導入이 시급하다.

1) 크레디트 카드 利用의 長, 短点⁶⁾

1) 購買者의 立場

① 長 点

- ㉠ 現金去來와 같이 一時支拂이 아니고 信用購買(특히 割賦購買)는 割賦拂인고로 구매자에게 資金的 負을 輕減시켜 줄 수 있다.
- ㉡ 一定한 商店에서 比較적 價格에 구매됨이 없이 自由스럽게 商品을 살 수 있을 뿐만 아니라 代金의 支도 延期됨으로 購買者는 필요시에 자신의 만족을 취하도록 구매할 수 있다.
- ㉢ 판매자가 割賦期間中 商品의 欠陥이 들어갈 수 있는 商品을 판매하지 아니할 것이므로 比較적 良質의 品 또는 比較적 高價인 耐久消費財인 商品을 購入할 수 있다.
- ㉣ 現金의 도난이나 분실의 危險性을 줄일 수 있다.⁷⁾

② 短 点

- ㉤ 신용판매는 商品대금의 完拂 以前에 商品을 占有할 수 있으므로 구매자의 所得額으로 충당치 못할만큼

1) 高壽哲, 前掲書, p. 15.
 2) 上掲書, pp. 19~21.
 3) 경향신문, 1981. 5. 26, 12면.

구입하거나 필요하지 않는 商品의 구입으로 債務經濟의 負擔을 느껴 生活安定을 危險할 수 있다.

① 신용판매에 따른 金利와 販賣費用, 回收費用 등으로 現金 구입시보다 비싼 값으로 구입할 수 있다.

② 소비재의 구매조성으로 저축성이 결여되기 쉽다.

ㄴ) 販賣者의 立場

① 長 點

① 消費者의 潛在需要를 有效需要로 轉換하여 販賣促進策으로써의 效率性を 提高시킬 수 있다.

② 판매촉진책에 의한 購買力 增大로 購買의 安定내지 平準化를 기할 수 있어 판매량 증가에 따른 대량생산을 可能하게 하여 商品 單位當 原價의 切下가 이루어질 수 있다.

③ 총래의 外上販賣보다 비교적 債券確保가 명확하므로 대손의 危險率이 적다.

② 短 點

① 신용판매에 의해서 商品의 수요가 급격히 증가될 때 商品의 공급이 수요를 따라가지 못해 인플레이션을 造成시킬 수 있다.

② 經濟狀態가 不安定할 때에는 消費者가 대금 支拂을 이행하지 못해 企業發展에 阻害될 수 있다.

以上과 같은 구매자나 판매자 입장에서의 長短點 외에 經濟的 側面에서 살펴본다면 돈을 銀行에서 보관함으로써 産業資金으로 돌려 쓸 수도 있으며, 지폐 파손에 따르는 경비를 줄일 수 있는 것⁸⁾ 등의 장점으로 실제 利用에 있어서는 단점보다 장점이 많은 것으로 알려져 있다.

2.2 크레디트 카드 利用實態

1) 先進國의 경우

現金 分失防止의 結果로 나타난 크레디트 카드는 1900년대 미국에서 음식점, 호텔 등이 단골 顧客의 편의를 도모하기 위하여 시작한 것이 그 효시로서 1949년 다이너스 카드(Diners card) 會社가 發足하면서 大衆化하게 되었다. 처음에는 크레디트 카드가 높은 地位나 身分의 상징으로서 의의가 컸으나 1949년 카드 전문 신용판매회사가 생기고 점차 大衆化하면서 크게 成長하여 카드 전문회사의 카드(주된 加盟店이 銀行, 음식관계업)와 銀行에서 發行하는 은행카드(Bank card)의 2대 조류를 이루어 全國的 組織으로 또는 世界的 組織으로 發展하고 있다.

크레디트 카드의 現代의 概念은 1950년 최초로 「프랭크 맥나마라」라는 뉴욕 사람이 의해서 시작되었으며, 「아메리칸 익스프레스」가 이 분야에 들어서고 「힐튼」호텔이 단골 顧客들에게 百萬장의 카드를 郵送함으로써 카테 블랑쎬(carte Blanche)가 생기게 되었다.⁹⁾ 이러한 크레디트 카드는 미국에서 現在 全人口의 70%가 利用하고 있으며, 백화점 매상고의 80%가 이 크레디트 카드에 의한 것이다. 뿐만 아니라 일본에서는 크레디트 카드가 5천만명에 달하며, 백화점 매상고의 50%를 이 카드로 거래하고 있어¹⁰⁾ 일상 生活에 必要한 모든 物資購買에는 現金去來란 찾아보기 힘들 정도로 一般化·大衆化되어가고 있다. 外國 크레디트 카드社의 現況을 보면 <표-1>과 같다.

2) 우리 나라의 경우¹¹⁾

우리 나라에 크레디트 카드 制度가 도입된 것은 10년밖에 되지 않지만 그 짧은 기간동안 制度 自體가 갖고 있는 魅力과 일반의 認識이 높아져 놀라운 성장률을 보여 왔다. 1969년 新世界百貨店이 고객의 편의를 위해 처음 크레디트 카드제를 시작한 이래 현재까지 취급하는 회사는 10여개사로 늘어났고 회원수도 茁壯

<표-1> 외국 크레디트 카드사 현황

	매상액	회원수	가맹점
<미 국>	억(\$)	(만명)	(천개)
V I S A	128	6,600	2,400
다 이 너 스 · 클 럽	16.7	170	228
아메리칸·익스프레스	56.7	950	-
<일 본>	억(엔)	(만명)	(천개)
J C B	2,210	260	166
유 니 언	1,300	187	140
주 구	1,035	146	139
다 어 먼 드	865	125	110
일 본 다 이 너 스	568	25	37
일 본 신 권	4,620	300	35

자료: 국민은행 신용조사부, 1980.

8) 上揭書

9) Al Griffin, Credit Triangle (Chicago: Henry Regnery Co., 1970) p. 3.

10-11) 서울신문, 1981, 5. 2.

아 40만명선에 이르고 있다. 우리 나라에 도입된 크레디트 카드 보급현황을 살펴보면 <표-2>와 같다.

<표-2> 크레디트 카드 보급 현황

	회 원 수	가맹점포수	월 구 매 한 도	입 금 마 감 일	대금지불기간
국 민 은 행	72,000	6,700	최고 70만원	다음달 27일	최장 57일
대 한 보 증 보 험	17,000	865	50 "	"	" 43일
코리안·익스프레스	15,000	1,000	50 "	"	" 37일
한 국 신 용 카 드	7,000	670	무제한	다음달 15일	" 45일
신 세 계	120,000	540	10만원~무제한	" 27일	" 57일
미 도 파	50,000	-	최고 30만원	" "	" "
롯데	72,000	-	최고 50만원	" "	" 52일
코스모스	10,000	-	"	" "	" 37일

자료: 국민은행 신용조사부, 1980.

3) 대구시의 경우

우리 나라에 도입한지 10여년이 지난 크레디트 카드制度는 大邱市内에 도입한지 2년이 조금 더 경과하였다. 동아백화점은 1978년 12월에, 대구백화점은 1979년 8월에 각각 도입하여 실시중인 것이다.

동아백화점의 경우 1만 5천명을 보유하고 있으며, ¹²⁾ 대구백화점은 1만 3천명의 크레디트 카드 회원을 보유하고 있다(以上 1980년말 추산 통계표). 대구 인구를 1980년말 1백 50만명으로 추산했을 때 약 2%가 크레디트 카드를 소유하고 있다고 볼 수 있다. 이것은 앞으로 확대·실시 展望을 시사하는 것이다. 크레디트 카드 회원은 연간 30% 정도의 증가를 보여 주고 있으며, 카드 소지자중 동아백화점의 경우 65%, 대구백화점의 75%가 이용하고 있는 것으로 나타났다. <표-3>은 대구 시내 크레디트 카드 실시현황을 나타낸다.

<표-3> 크레디트 카드 실시 현황

	동아백화점	대구백화점
회 원 수	15,000 명	13,000 명
연간증가율	30 %	30 %
이 용 율	65 %	75 %

3. 대구시의 크레디트 카드 利用者 実態分析

3.1 調査의 概要

1) 調査의 期間·對象 및 方法

본 사례연구의 조사는 1981년 7월 13일~1981년 8월 18일에 걸쳐 大邱市内 2개 백화점의 크레디트 카드 利用者중 800명을 無作為로 추출하여 추출된 800명에게 설문지를 작성 우송, 반송·회수하는 질문지법을 택하였다.

2) 調査의 內容, 분석방법 및 회수상황

본조사의 내용은 전체 26문항으로 作成되었으며, 크레디트 카드 利用者의 利用動機, 利用満足度, 利用不満足度를 分析하기 위하여 성별·학력별·소득별·연령별·직업별로 살펴 보았다. 그리고 우송한 전체 800枚의 설문지중 434枚(58.25%)가 회수되었으나 불성실한 資料 및 부적합한 資料를 정리한 후 최종 유효 설문지 420枚(52.5%)로 分析하였다.

한편, 분석방법으로는 설문내용을 성별·학력별·소득별·연령별·직업별로 나누어 응답내용의 중요도 구별비 등을 把握하기 위하여 백분률로 산출하였다. 또한 본 설문지를 5단계 평가척도법에 의해서 각 문항의 ① ② 응답은 「高」, ③의 응답은 「中」, ④ ⑤의 응답은 「低」로 작성하였다.

크레디트 카드 이용자의 실태조사에 나타난 대상별 내용은 다음과 같다.

12) 동아백화점 신용판매과 직원과의 면담결과임.

13) 대구백화점 신용판매과 직원과의 면담결과임.

〈표-4〉 성별 분포

성 별	남	여	계
N (%)	150 (35.7)	270 (64.3)	420 (100.0)

〈표-5〉 학력별 분포

학력별	중 출	고 출	대 출	대학원	계
N (%)	16 (3.8)	247 (58.8)	129 (30.7)	28 (6.7)	420 (100.0)

〈표-6〉 소득별 분포

소 득 별	10만원 이상 20만원 미만	20만원 이상 30만원 미만	30만원 이상 40만원 미만	40만원 이상 50만원 미만	50만원 이상	계
N (%)	20 (4.8)	167 (39.7)	120 (28.6)	67 (15.95)	46 (10.95)	420 (100.0)

〈표-7〉 연령별 분포

연 령	20세미만	20세~30세	31세~40세	41세~50세	51세 이상	계
N (%)	6	66	189	135	24	420 (100.0)

〈표-8〉 직업별 분포

직업별	공무원	교원	군인 및 국영기업체직원	회사원	상공부	가정주부	기타	계
N (%)	90 (21.4)	130 (30.9)	13 (3.1)	67 (16.0)	60 (14.3)	53 (12.6)	7 (1.7)	420 (100.0)

3.2 資料의 分析

1) 크레디트 카드의 利用動機 分析.

消費者가 製品을 購入함에 있어서는 반드시 經濟的 動機에 의해서만 구입하는 것이 아니라 非經濟的 動機에 의해서 구입할 때도 많다. 따라서 그 이용동기를 분석하여 消費者가 크레디트 카드 사용으로 자금적 부담을 경감시키고 計劃的인 구매습성을 길러 規模있는 가정경제를 꾸릴 수 있도록 하기 위해 이용동기를 社會的·技能的·經濟的 代金支拂의 便利側面에서 살펴 보기 위해 성별·학력별·소득별·직업별로 分析하였다.

㉠ 성별 크레디트 카드 利用動機水準

성별 크레디트 카드 利用動機水準을 살펴본 바 전체 응답자 420명중 270명이 여자로 밝혀져 남자보다 기여자가 높은 이용률을 보여 주는 것으로 나타났다. 성별 크레디트 카드 이용동기水準은 〈표-9〉와 같다.

〈표-9〉 성별 크레디트 카드 이용 동기

성별 이용 동기수준	남		여		총 계	
	F	%	F	%	F	%
고	79	52.7	145	53.7	224	53.3
중	45	30.0	83	30.7	126	30.0
저	26	17.3	42	15.6	70	16.7
계	150	100	270	100	420	100

㉡ 학력별 크레디트 카드 이용동기 수준

학력별 크레디트 카드 이용동기 수준은 각 계층이 비슷한 것으로 高卒(55.9%)과 大卒(55.0%)에서 가장 높은 反應을 보여 주고 있다. 학력별 크레디트 카드 이용동기 수준은 〈표-10〉과 같다.

〈표-10〉 학력별 크레디트 카드 이용동기

학력별 이용 동기수준	중 출		고 출		대 출		대 학 원		총 계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
고	8	50.0	138	55.9	71	55.0	10	35.7	226	53.8
중	7	43.75	74	29.9	38	29.5	12	42.9	132	31.4
저	1	6.25	35	14.2	20	15.5	6	21.4	62	14.8
계	16	100	247	100	129	100	28	100	420	100

㉔ 소득별 크레디트 카드 이용동기 수준

소득별 크레디트 카드 이용 동기 수준은 소득액에 관계없이 비슷한 것으로 나타났으며 30~40만원 미만이 59.2%로 나타났다. 소득별 크레디트 카드 이용동기 수준은 <표-11>과 같다.

<표-11> 소득별 크레디트 카드 이용동기

소득별 이용 동기수준	10만원 이상 20만원 미만		20만원 이상 30만원 미만		30만원 이상 40만원 미만		40만원 이상 50만원 미만		50만원이상		총 계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
고	8	40.0	92	55.1	71	59.2	36	53.7	23	50.0	230	54.8
중	10	50.0	53	31.7	30	25.0	20	29.9	18	39.1	131	31.2
저	2	10.0	22	13.2	19	15.8	11	16.4	5	10.9	59	14.0
계	20	100	167	100	120	100	67	100	46	100	420	100

㉕ 연령별 크레디트 카드 이용동기 수준

크레디트 카드의 연령별 利用動機 水準은 연령계층에 관계없이 비슷하며 31~40세가 59.3%, 41~50세가 56.3%로 높은 이용률을 보여 주고 있다. 연령별 크레디트 카드 이용동기 수준은 <표-12>와 같다.

<표-12> 연령별 크레디트 카드 이용동기

연령별 이용 동기수준	20세미만		20~30세		31~40세		41~50세		51세이상		총 계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
고	3	50.0	35	53.0	112	59.3	76	56.3	11	45.8	237	56.4
중	1	16.7	24	36.4	48	25.4	41	30.4	7	29.2	121	28.8
저	2	33.3	7	10.6	29	15.3	18	13.3	6	25.0	62	14.8
계	6	100	66	100	189	100	135	100	24	100	420	100

㉖ 직업별 크레디트 카드 이용 동기수준

직업별 크레디트 카드 이용동기 수준은 군인 및 국영기업체 직원이 61.5%로 가장 높은 이용률을 보여 주고 있으며, 공무원·교원·회사원 모두 높은 이용동기 수준을 보여 주고 있다. 직업별 크레디트 카드 이용동기 수준은 <표-13>과 같다.

<표-13> 직업별 크레디트 카드 이용동기

직업별 이용 동기수준	공무원		교원		군인 및 국영기업체직원		회사원		상공부		가정주부		기타		총 계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
고	50	55.6	70	53.9	8	61.5	36	53.7	34	56.7	25	47.1	4	57.1	227	54.1
중	28	31.1	35	26.9	3	23.1	22	32.9	20	33.3	18	34.0	1	14.3	127	30.2
저	12	13.3	25	19.2	2	15.4	9	12.4	6	10.0	10	18.9	2	28.6	66	15.7
계	90	100	130	100	13	100	67	100	60	100	53	100	7	100	420	100

2) 크레디트 카드의 利用滿足度 分析

크레디트 카드 利用者의 欲求에 基礎를 두고 카드 利用이 얼마나 利用者에게 購買欲求를 充足시키느냐를 分析하기 위해 크레디트 카드 利用者에게 베푸는 할부구매의 滿足度, 外上購買의 期間에 대한 滿足度, 情報提供에 대한 滿足度를 살펴 본 바 다음과 같은 사실로 나타났다.

㉑ 성별 크레디트 카드 利用滿足度

성별 크레디트 카드 利用滿足度는 高水準에서 남자가 70.0% 여자가 63.3%로 남자가 滿足度가 높은 것으로 나타났다. 성별 크레디트 카드 利用만족도는 <표-14>와 같다.

〈표-14〉 성별 크레디트 카드 이용 만족도

성별 이용 만족도	남		녀		총 계	
	F	%	F	%	F	%
고	105	70.0	171	63.3	276	65.7
중	28	18.7	62	23.0	90	21.4
저	17	11.3	37	13.7	54	12.9
계	150	100	270	100	420	100

㉠ 학력별 크레디트 카드 이용 만족도

학력별 크레디트 카드 利用滿足度는 中卒이 75.0%로 가장 높은 만족도를 보여 주고 있으며, 다른 각각의 계층은 비슷한 정도로 나타났다. 또 가장 만족 수준이 낮은 것은 高卒이 4.8%로 〈표-15〉에 잘 나타나 있다.

〈표-15〉 학력별 크레디트 카드 이용 만족도

학력별 이용 만족도	중 졸		고 졸		대 졸		대 학 원		총 계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
고	12	75.0	171	69.3	78	60.5	17	60.7	278	66.2
중	3	18.75	64	25.9	35	27.1	6	21.4	108	25.7
저	1	6.25	12	4.8	16	12.4	5	17.9	34	8.1
계	16	100	247	100	129	100	28	100	420	100

㉡ 소득별 크레디트 카드 이용만족도

소득별 크레디트 카드 이용만족도는 40만원 이상 ~ 50만원 미만이 71.6%로 가장 높게 나타났으며, 20만원 이상 ~ 30만원 미만이 67.1%, 30만원 이상 ~ 40만원 미만이 67.5%로 대체로 높은 만족 수준을 나타내었다. 소득별 크레디트 카드 이용만족도는 〈표-16〉과 같다.

〈표-16〉 소득별 크레디트 카드 이용 만족도

소득별 이용 만족도	10만원 이상 20만원 미만		20만원 이상 30만원 미만		30만원 이상 40만원 미만		40만원 이상 50만원 미만		50만원이상		총 계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
고	10	50.0	112	67.1	81	67.5	48	71.6	27	58.7	278	66.2
중	6	30.0	41	24.5	25	20.8	10	14.9	15	32.6	97	23.1
저	4	20.0	14	8.4	14	11.7	9	13.4	4	8.7	45	10.7
계	20	100	167	100	120	100	67	100	46	100	420	100

㉢ 연령별 크레디트 카드 利用滿足度

연령별 크레디트 카드 利用滿足度는 각 계층이 높은 만족도를 보여 주고 있으나 20세 미만이 50.0%로 다소 낮은 수준을 보여 주고 있다. 그리고 〈표-17〉에서와 같이 저 수준에서는 41~50세가 10.4%로 가장 낮게 나타났다.

〈표-17〉 연령별 크레디트 카드 이용만족도

연령별 이용 만족도	20세미만		20세~30세		31세~40세		41세~50세		51세 이상		총 계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
고	3	50.0	40	60.6	124	66.6	91	67.4	18	75.0	276	65.7
중	2	33.3	17	25.8	40	21.2	30	22.2	3	12.5	92	21.9
저	1	16.7	9	13.6	25	13.2	14	10.4	3	12.5	52	12.4
계	6	100	66	100	189	100	135	100	24	100	420	100

㉔ 직업별 신용카드 利用 滿足度

직업별 신용카드 利用 滿足도는 <표-18>에서와 같이 교원이 70.0%로 가장 높으며, 공무원·상공업도 63.3%로 대체로 높은 滿足도를 나타낸다. 그러나 기타에서는 28.6%로 저조한 滿足 수준을 보여 주고 있다.

<표-18> 직업별 신용카드 이용만족도

직업별 이용 만족도	공무원		교원		군인 및 국영기업체직원		회사원		상공업		가정주부		기타		총계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
고	57	63.3	91	70.0	7	53.8	40	59.7	38	63.3	34	64.1	2	28.6	269	64.0
중	21	23.3	25	19.2	3	23.1	22	32.8	13	21.7	10	18.9	3	42.8	97	23.1
저	12	13.3	14	10.8	3	23.1	5	7.5	9	15.0	9	17.0	2	28.6	54	12.9
계	90	100	130	100	13	100	67	100	60	100	53	110	7	100	420	100

3) 신용카드의 利用 不滿足度 分析

신용카드의 利用에 있어서 不利益이 없고, 販賣者로부터 받은 애프터 서비스(after service)에 대한 불만을 해소시키기 위해 다음과 같은 사실을 기준으로 調査하여 다시 分析하였다.

- ① 商品 購買代金を 한꺼번에 支拂하는 心理的 압박
- ② 신용카드에 의한 過多 購買의 불만
- ③ 外上購買로 인한 價格支拂의 不利益
- ④ 商品 購買代金 未納時 높은 연체료에 대한 불만

以上的 사실로서 신용카드에 의한 購買活動後의 感覺을 把握하여, 신용카드로 商品을 구매했을 때의 不確實性이나 不合理性을 分析한 결과 다음과 같이 나타났다.

㉕ 성별 신용카드 이용 불만족도

<표-19>에서와 같이 성별 신용카드 이용 不滿足도는 비슷하게 나타났으며 低水準에서 남자가 42.7%, 여자가 44.1%로 불만족도는 비슷하게 나타났으며 低水準에서는 여자가 28.1%로 不滿足도가 높게 나타났다.

<표-19> 성별 신용카드 이용 불만족

성별 이용 불만족도	남		여		총계	
	F	%	F	%	F	%
저	48	32.0	76	28.1	124	29.5
중	38	25.3	75	27.8	113	26.9
고	64	42.7	199	44.1	183	43.6
계	150	100	270	100	420	100

㉖ 학력별 신용카드 利用 不滿足度

학력별 신용카드 利用 不滿足도는 <표-20>에서와 같이 中卒이 高 不滿足도나 低 不滿足도에서 각각 31.25%, 36.1%로 가장 높게 나타났다.

<표-20> 학력별 신용카드 이용 불만족도

학력별 이용 불만족도	중졸		고졸		대졸		대학원		총계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
저	6	37.5	76	30.8	36	27.9	10	35.7	128	30.5
중	5	31.25	64	25.9	38	29.5	8	28.6	115	27.4
고	5	31.25	107	43.3	55	42.6	10	35.7	177	42.1
계	16	100	247	100	129	100	28	100	420	100

㉔ 소득별 신용카드 利用 不満足度

소득별 신용카드 利用 不満足度는 高水準에서 40만원 이상 ~ 50만원 미만인 49.2%로 높은 不満足度를 나타내었으며 低水準에서도 31.4%로 가장 不満足度가 높은 것으로 나타났다. 소득별 신용카드 利用 不満足度는 <표-21>과 같다.

<표-21> 소득별 신용카드 이용 불만족도

소득별 이용 구분 불만족도	10만원 이상 20만원 미만		20만원 이상 30만원 미만		30만원 이상 40만원 미만		40만원 이상 50만원 미만		50만원 이상		총 계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
저	5	25.0	52	31.1	36	30.0	21	31.4	12	26.1	126	30.0
중	8	40.0	45	27.0	31	25.8	13	19.4	15	32.6	112	26.7
고	7	35.0	70	41.9	53	44.2	33	49.2	19	41.3	182	43.3
계	20	100	167	100	120	100	67	100	46	100	420	100

㉕ 연령별 신용카드 利用 不満足度

<표-22>에서와 같이 연령별 신용카드 利用 不満足度는 高水準에서 51세 이상이 54.2%로 높게 나타났으며, 20~30세도 50.0%로 높게 不満足度를 나타내었다.

<표-22> 연령별 신용카드 이용 불만족도

연령별 이용 구분 불만족도	20세 미만		20세 ~ 30세		31세 ~ 40세		41세 ~ 50세		51세 이상		총 계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
저	1	16.7	17	25.8	59	31.2	38	28.1	6	25.0	121	28.8
중	2	33.3	16	24.2	42	22.2	36	26.7	5	20.8	101	24.1
고	3	50.0	33	50.0	88	46.6	61	45.2	13	54.2	198	47.1
계	6	100	66	100	189	100	135	100	24	100	420	100

㉖ 직업별 신용카드 利用 不満足度

직업별 신용카드 利用 不満足度는 <표-23>에서와 같이 高水準에서 상공업이 48.33%로 가장 높으며, 공무원도 47.7%로 높은 不満足度를 나타내었다.

<표-23> 직업별 신용카드 이용 불만족도

직업별 이용 구분 불만족도	공무원		교원		중인 및 국영기업체직원		회사원		상공업		가정주부		기타		총 계	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
저	24	26.7	42	32.3	4	30.8	18	26.9	20	33.33	18	34.0	2	28.6	128	30.5
중	23	25.6	39	30.0	5	30.8	19	28.3	11	18.33	13	24.5	4	57.1	113	26.9
고	43	47.7	49	37.7	4	38.4	30	44.8	29	48.33	22	41.5	1	14.3	179	42.6
계	90	100	130	100	13	100	67	100	60	100	53	100	7	100	420	100

3.3 資料 分析結果의 解釋

1) 利用動機面

① 數的인 면에서 신용카드 利用者의 數는 女子가 男子에 비해 많은 數이나 實際 購買活動面에서는 이보다 많은 수가 될 것으로 생각한다.

② 社會的 動機는 社會的으로 信用 認定에 대한 우월감을 맛보려는 경우이지만 아직 우리 社會에서는 自己의 身分을 은혜 하려는 傾向이며 身分證이나 其他 證明書를 提示하는 것을 기피하는 단면을 보여 주고 있다.

③ 신용카드의 利用動機 水準은 教育水準에 관계없이 높은 利用動機 水準을 나타내므로 教育水準에 影響을 받지 않는 것으로 생각된다.

② 所得額이 20 ~ 40 만원선에서 높은 利用動機 水準을 보여 줄 뿐만 아니라 공무원과 교원이 높은 이용 동기 수준을 보여 주고 있다는 것은 카드 발급 회사가 所得의 과다에 관계없이 安定된 職場 및 民을 수 있는 사람을 會員으로 加入시키는데 連유한다고 보겠다.

③ 연령별 동기에서 51 세 이상이 높은 利用動機 水準을 나타낸 것은 生活의 安全을 도모하려는 未來指向의 關心을 보여 주는 것으로 생각된다.

2) 利用 滿足度面

① 商品에 대한 情報提供이 全般的으로 좋은 條件이 되어 높은 購買滿足度를 보이고 있다.

② 크레디트 카드의 利用滿足度는 男子쪽에 選好하는 傾向을 나타내고 있다.

③ 크레디트 카드의 利用滿足度는 學力에 關係없이 높은 水準을 보여 주고 있다. 이것은 購買者들이 商品 카타로그, 商品에 대한 情報를 通하여 合理的인 意思決定을 내리는 것으로 생각된다.

④ 연령별 크레디트 카드 利用滿足度에서는 20 세 미만이 滿足도가 多少 떨어져 未婚時期로 社會적으로 定着되지 못하여 欲求 充足에 문제가 있는 것으로 생각된다.

⑤ 職業別 利用滿足度에서는 公務員 및 敎員이 높은 利用滿足度를 보여 주고 있는데 이는 크레디트 카드에 의한 할부구매가 俸給生活者에게 좋은 條件으로 받아들여지고 있다고 생각된다.

3) 利用 不滿足度面

① 商品代金 支拂의 心理的 압박, 過多 消費, 연체 이자 등의 크레디트 카드 利用上 不利한 취약점은 女子들이 가계를 杼려감에 있어서의 어려움으로 받아들여져 女子들이 민감한 反應을 보이고 있다.

② 教育水準이 높은 크레디트 카드 利用者들의 不滿足 要因은 크레디트 카드 契約조건에서 利用者側의 不利한 面을 비판적인 見解로 보기 때문이라고 생각한다.

③ 가정 주부들의 不滿足도가 높은 것은 크레디트 카드의 重要한 短点인 過多消費를 念慮하여 購買 意思 決定에 신중을 기하고 있음을 입증하는 것이다.

④ 販買者는 消費者가 구매후 보다 적게 不滿足을 느끼도록 크레디트 카드 契約조건을 合理化해야 한다.

4. 實態 分析에서 나타난 크레디트 카드 利用上의 問題點과 改善案

4.1 크레디트 카드 利用上의 問題點

1) 利用 動機上의 問題點

① 크레디트 카드 利用者의 크레디트 카드 利用에 대한 認識不足이다. 크레디트 카드를 利用하는 一般的인 動機로는 社會的 動機, 技能的 動機, 經濟的 動機, 代金支拂의 便利의 動機로 가장 動機 水準이 높은 함은 技能的 動機이나 크레디트 카드에 의한 購買에 肯持를 갖지 못하고 있다.

② 크레디트 카드 利用이 아직 庶民層에 까지 擴散되지 못하고 있다. 크레디트 카드에 의한 새로운 販賣 制度는 會社員과 같은 革新的인 社會 그룹으로부터 一般大衆에게로 擴散되어 가고 있으나 미흡한 편이다.

③ 크레디트 카드를 紛失했을 때에는 의외로 많은 피해를 입는다. 그것은 카드만 제시하면 누구나 상품 구매가 可能하기 때문이다.

④ 남편 이름으로 된 카드를 利用하는 女子 利用者의 카드 利用에 따른 問題이다.

⑤ 하위계층의 층동구매를 助長할 우려가 있다.

2) 利用 滿足度上의 問題點

① 크레디트 카드에 의한 무분별한 利用으로 분에 넘치는 商品購入을 助長할 可能性이 있다.

② 過多 할부구매로 인한 消費로 家計를 압박할 우려가 있다.

③ 백화점의 크레디트 카드 會員에 대한 積極的인 정보제공이 어렵다.

④ 할부구매의 기간연장과 여러 商品에 확대·실시가 어렵다.

3) 利用 不滿足度上의 問題點

① 商品代金 支拂을 위해서 항상 빚을 지고 있다는 心理的 압박을 받고 있다.

② 特定 크레디트 카드 利用에 의한 店舖選擇의 制限을 받고 있다.

③ 定期 납부일에 商品代金을 支拂하지 못하면 4%의 延滯利子를 더 물어야 한다. 이러한 延滯利子의 문제 는 대금 회수와 기업이익의 양면에서 문제가 아닐 수 없다.

4·2 利用上の問題점에 대한改善案

1) 利用動機에 관한改善案

① 計劃的인 구매 습관을 誘導하여야 한다. 현금이 없어도 카드만 제시하면 購買할 수 있다는 장점을 잘 못 이하하여 과다구매로 生活의 不安定을 초래할 우려가 있으므로 販賣者(카드 발급회사)는 고객 서신을 통하여 분수에 맞게 구매하도록 한다.

② 많은 庶民層에게도 카드 利用의 機會를 擴大하여 보다 넓은 층을 흡수하는 改善策이 있어야겠다.

③ 크레딧 카드 紛失에 대한 신속한 대처와 기타 利用者를 위한 서비스를 위해 전산장치 및 기타 시설의 확충이 시급하다.

④ 남편의 카드를 利用하는 가정 주부들이 많으므로 名稱을 가족회원으로 바꾸거나 주부들에게도 카드를 發給해 주는 것이 效果的인 方案인 것이다.

⑤ 하위계층의 층동 구매는 弘報를 통하여 進進한 소비생활로 유도하여야 할 것이다.

2) 利用満足도에 관한改善案

① 크레딧 카드를 적절하게 利用하여 計劃的인 家計를 꾸밀 수 있게 적극적인 정보를 제공한다.

② 카드 利用에서 精確한 구매의사 결정을 통하여 만족스러운 구매활동이 이루어지도록 한다.

③ 판매촉진책과 함께 合理的인 할부의 方法을 써야 할 것이다.

3) 利用 不満足도에 관한改善案

① 利用者의 購買 計劃化를 實現시키기 위하여 여러 가지 시장 정보와 혜택을 베풀며 2개월마다 顧客과 연락을 취하는 방안을 모색한다.

② 연체이자 관리면에서 은행의 法定利率보다 많은 월 4%의 延滯料를 물게 하는 소극적 방법을 쓸 것이 아니라 代金の 早期拂入 獎勵策으로 完納 서비스권 혹은 期間內 납부시 대금의 할인제도로 拂入完了의 좋은 성과와 利用者에 대한 좋은 감사의 表示로 利用者의 不満足을 해소하고, 延滯 危險負擔을 극소화할 수 있는 方法을 생각해야 할 것이다. 또 延滯防止를 위하여 信用調査가 뒷받침되어야 한다.

③ 크레딧 카드 利用者가 카드 利用後 不満足을 덜 느끼게 구매활동상 제약조건에 합리성이 있어야 한다.

5. 結 論

以上에서 살펴본 바와 같이 1969년 우리 나라에 도입된 크레딧 카드制는 많은 어려움 속에서도 날로 利用者가 증가하고 있다. 특히 대구에서는 1978년 이래로 실시되어 그 歷史가 짧지만 年間 30%의 이용增加率을 보여 주고 있다. 그러나 크레딧 카드制度는 새로운 販賣方法으로서의 그 意義보다는 잠재적 수요를 유효수요로 전환시키기 위해, 消費者를 위한 것이 아니고 顧客 확보가 주안점이 되어 왔다 하지만 크레딧 카드 利用者는 백화점이 단순한 商品의 매매 역할만 담당할 것이 아니라, 利用者를 위해 각종 文化行事 등의 서비스를 해주기를 원하고 있다. 또한 크레딧 카드 사용에는 不成實 대금 결제자에 대한 조치와 카드 紛失로 인한 賣出, 구매자의 분수에 넘치는 구매행위 등의 諸問題점이 있다. 따라서 크레딧 카드는 歷史가 짧은 만큼 社會 全域에 擴大·實施되기 위해 카드 紛失에 따른 購買者의 制度的 保護와 늘어나는 會員을 管理하고 資料를 正確·신속하게 처리할 수 있는 전산시스템의 도입과 사회적 保險制度가 마련되어야 하며 정부의 지원이 있어야 하겠다. 이러한 諸與件이 이루어질 때 大邱市의 信用販賣制度는 健全하게 成長할 것이며 판매자측과 구매자측이 다같이 滿足할 수 있는 信用社會가 確立될 것이다.

參 考 文 獻

- 1) 高壽哲, 「信用販賣制度에 관한 研究」, 서울大學校 大學院 碩士論文, 1971.
- 2) 申奉戴, 「크레딧 카드에 의한 消費者 信用販賣에 관한 研究」, 嶺南大學校 經營大學院 碩士學位論文 1980.
- 3) 柳端貢, 「크레딧 카드 利用者의 購買行動에 관한 研究」, 啓明大學校 大學院 碩士學位論文, 1981
- 4) 吳相裕, 마케팅 原論, 서울:博英社, 1968.

- 5) 吳相洛·林鍾沅, 最新 마아케팅 管理論, 서울:貿易經營社, 1977.
- 6) 趙峰震, 「自動車 新品購買者의 購買後 不満足度에 관한 研究」, 經營經濟, 第9輯, 啓明大學校, 1978.
- 7) 黃義錄, 「百貨店에 대한 消費者 態度 研究」, 「經營과 마아케팅」, 韓國日報, 1978. 5.
- 8) 「우리 나라 크레디트 카드 實態」, 서울신문, 1981. 6. 20.
- 9) 「韓國의 信用販賣制度」, 京鄉新聞, 1981. 5. 26.
- 0) 金元銖, 마아케팅 管理論, 서울:經文社, 1981.
- 1) 現代의 消費者信用産業, 日本經濟新聞社, 1978.
- 2) Chapin, Albere F., Credit and Collection Principles and Practice, 7th ed., New York : McGraw-Hill, 1966.
- 3) Lewis, Mandell, Credit Card Use in the United States, Ann Arbor Institute for Social Research of the University of Michigan, 1972.
- 4) Plummer, Joseph T., "Life Style Patterns and Commercial Bank Credit Card Usage " Journal of Marketing, Vol.35, April, 1971).