

국내거주외국인의 생활만족도와 소비생활만족도에 관한 연구*

Life Satisfaction and Consumer Satisfaction of Resident Foreigners in Korea*

서울대학교 소비자학과
박사과정 김 현 주
부교수 나 종 연

Department of Consumer Science, Seoul National University

Doctoral Student : Hyun Joo Kim

Associate Professor : Jong-Youn Rha

◀ 목 차 ▶

- | | |
|------------|-------------|
| I. 서론 | IV. 분석 및 논의 |
| II. 이론적 배경 | V. 요약 및 결론 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |

<Abstract>

This study investigates the factors influencing the levels of consumer satisfaction and life satisfaction of resident foreigners in Korea. The data were collected through a structured self-administered survey and 545 foreigners who lived in Korea for more than 3 months, with age over 20 participated as respondents.

A research framework was formulated based on the resource constraint hypothesis and the study investigated the impact of information resource(human, media and internet information source) and consumer resource(monthly income, language ability and consumer proficiency) on the levels of consumer satisfaction and life satisfaction.

The results from data analysis can be summarized as follows;

First, analysis of consumer problems of resident foreigners in Korea indicated that resident foreigners recognize a burden for residence cost, food expense and education fee. Most of resident foreigners in Korea are found to use small local shops most often indicating they may experience adverse market environment due to resource constraint such as language or psychological barrier, and most of the respondents answered that the most often used payment method was cash. Furthermore, resident foreigners in Korea responded that lack of language service, lack of information provision, inability to use certain goods and services are the common cause of consumer dissatisfaction, as well as price and quality problems.

Second, the level of consumer satisfaction (2.96 in 4.0) is higher than the level of life satisfaction (2.63 in 4.0).

Corresponding Author : Jong-Youn Rha, Department of Consumer Science, Seoul National University, 599, Gwanak-ro, Gwanak-gu, Seoul, 157-142, Korea Tel: +82-2-880-9236 Fax: +82-2-871-2506 E-mail: jrha@snu.ac.kr

* 본 연구는 2008학년도 서울대학교 생활과학대학 부속 생활과학연구소의 일부 연구비 지원으로 수행되었음.

Third, the level of life satisfaction is significantly influenced by Korean language ability and the level of consumer satisfaction. The level of consumer satisfaction is by the media information source usage and consumer claim experience.

Fourth, the level of consumer satisfaction is found to be the variable with the strongest causal relationship with the level of life satisfaction.

주제어(Key Words) : 국내거주외국인(resident foreigners in Korea), 소비생활만족도(level of consumer satisfaction), 생활만족도(level of life satisfaction)

I. 서론

외국인 100만명 시대가 도래하고 있다. 전체 혼인건수의 11.1%가 국제결혼으로 이루어지고, 국민 10명당 1.5명이 외국인인 것으로 나타나고 있다. 지난 총선에서는 한 정당의 비례대표 후보로 외국인 여성이 추천받을 정도로 국내거주 외국인은 우리와 일상을 함께하는 이들로 자리매김해 가고 있다. 이러한 인구의 국가간 이동은 개방화, 글로벌화, 저출산 고령화 등의 영향에 따른 것으로 비단 우리나라에 국한된 것이 아닌 전세계적인 추세로 나타나고 있다. 1995년 19만명 정도였던 외국인 수는 10년 후인 2005년 74만명으로 약 290%의 증가세를 보이고 있으며, 2010년에는 100만명에 이를 것으로 예상되고 있다(행정자치부, 2007a). 이러한 인구 이동은 당분간 지속될 것으로 전망되는 가운데 이주형태도 직업, 결혼, 유학 등으로 다양해지는 양상이다.

앞으로 생산가능 인구의 감소가 우려되고 있어 외국인 근로자의 활용이 필요하고, 국내의 외국인생활환경 개선이 결국 우리나라 국민과 기업의 해외진출, 외국투자자본의 유인책으로도 필요하다는 인식이 국가의 정책적 판단에도 반영되어, 정부부처는 외국인 관련 공공정책을 실행 우선순위에 따라 단계별로 부각시키면서 최근 들어 국제결혼이민자, 외국인 근로자, 외국인 투자자를 대상으로 한 각종 지원정책을 수립하고 있다. 이에 발맞추어 국내거주외국인을 대상으로 다양한 연구가 시도되고 있다. 그러나 주로 여성학·사회학 분야에서 다문화 수용과 사회적 통합 차원에서의 정책과 연구일 뿐 소비자학적 관점에서는 이들에 대한 실태 파악조차 되어 있지 않은 실정이다.

제한적이거나 국내거주외국인의 생활과 관련한 연구를 살펴보면, 먼저, 조석주(2007)는 외국인에 대한 배타적·차별적 국민의식과 사회적 편견, 언어소통의 곤란, 문화적 차이와 빈곤 등으로 한국사회 정착에 애로를 겪고 있으며, 이에 비해 한국어교육, 생활정보 제공, 상담창구 설치 등 커뮤니티 서비스, 보건의료 및 생활안전과 관련한 사회복지서비스 등이 부족하다고 하였다. 우리나라에 거주하는 외국인 투자자를 대상으로 한 Kotra(2007, pp. 19-20)의 조

사에서는 한국에서의 생활만족도가 '불만족스럽다'(27.3%)는 응답이 '만족스럽다'(26.5%)는 응답에 비해 상대적으로 높게 나타나고 있으며, 이는 전년도 조사 결과에서 '불만족스럽다'가 25.7%, '만족스럽다' 37.4%였던 것에 비추어 볼 때 불만족도는 상승하고 만족도는 하락한 것임을 알 수 있다. 결국 늘어나는 외국인 수와 다양한 공공정책의 마련에도 불구하고 외국인의 생활이 더 나아지는 것이 아니라 더 열악해지고 있다는 의미로 해석해도 무방할 것이다.

외국인 관련 공공정책 수립이 단순히 외국인행정을 총괄하는 행정체제를 구축하거나 다문화주의 이데올로기를 창출하는 데 그치지 말고, 이들이 사회구성원으로서 살아가는데 필요한 제반 체류환경 조성에 관한 사항을 종합적인 관점에서 다룰 수 있어야 할 것이다. 이러한 정책의 방향을 수립하기 위해서는 국내거주외국인을 우리 사회에 함께 살고 있는 생활인의 한 집단으로 인식하고, 이들의 실질적인 생활을 조명하고 그 실태를 파악해 보는 것이 우선 필요할 것이다.

생활만족도가 낮은 경우 여러 가지 사회적, 심리적 문제, 예를 들면 좌절감, 낮은 자아존중감, 사회적 부적응을 경험하게 되는데, 이러한 생활만족에 중대한 영향을 미치는 것이 소비자만족이다(Czeipel, 1978; Huebner, 2004; 김영신, 2005에서 재인용). 국내거주외국인들은 생산활동에도 기여하지만, 한편으로 분명 우리나라에서 소비생활을 영위하는 것을 통해 욕구를 충족시키고, 만족을 추구한다는 점에서 중요한 소비자집단의 하나로 인식하고, 이들의 소비생활을 살펴봄으로써, 외국인들의 소비자로서의 권리에 관심을 가져야 할 시점이다. 다인종사회를 대표하는 미국의 경우 소수인종의 구매력이 점점 늘고 있어 백인계 대비 소수인종의 구매력이 2000년 25.2%에서 2007년 30.1%로 상승하였으며, 이들의 소비지출은 향후에도 더욱 확대될 것이라고 골드만 삭스는 전망하였다(삼성경제연구소, 2008). 이러한 경향은 다양한 인종의 유입이 지속적으로 증가하고 있는 우리나라에 주는 시사점이 있다.

따라서 매년 숫적으로 늘어나고 있으며, 사회적 영향력이 확대될 것으로 판단되는 국내거주외국인의 소비생활만족도와 생활만족도를 살펴보고 각각에 대한 영향요인을 살펴봄

로써 이들의 소비자불만을 해소시키고, 생활만족도를 높일 수 있는 방안을 모색하는 것은 시의적절한 주제라 할 수 있다. 본 연구는 소비생활만족도 및 생활만족도에 영향을 미치는 요인들의 상대적 중요도와 그 영향 경로를 파악함으로써 궁극적으로는 국내거주외국인들의 소비생활만족도를 높일 수 있는 방안을 모색하고, 향후 우리나라에 거주하게 될 외국인의 소비생활 문제를 미리 예측하고 이에 대처하기 위한 방안을 제시하는 것을 통해 정책 방안 마련 및 소비자교육프로그램을 개발함에 있어서 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 생활만족도와 소비생활만족도의 개념

생활만족도라는 개념은 Neugarten 등(1961; 윤정주, 2007에서 재인용)에 의해 최초로 사용되었는데 일상생활을 구성하는 활동으로부터 기쁨을 느끼고, 자신의 목표를 성취하였다고 느끼며, 긍정적인 자아관념을 가지고 자신을 가치 있는 사람으로 여기고 낙천적인 태도와 감정을 유지하는 것이라고 하였다. Meadow(1992; 윤정주, 2007 재인용)는 주어진 시간 속에서 한 개인이 경험하는 삶의 만족 정도는 그가 갖고 있는 삶의 기준과 그가 현재 살고 있는 현실 간의 인지적인 비교의 함수라고 역설하면서, 한 개인이 스스로를 다른 사람들보다 더 낫다고 평가한다면 그는 만족할 것이고, 스스로를 더 못하다고 평가한다면 불만족할 것이라고 주장하였다. 즉, 생활만족도란 일상생활에서 각자의 기준 또는 표준에 따라 그 기대수준이 합리적으로 충족되었는가를 평가하는 것으로써 현재 자신의 생활상태에 대한 전반적이고 주관적인 평가를 의미하는 것이라고 할 수 있다

소비자학적 관점에서 보면, 인간은 경제활동의 중요한 부분인 소비생활을 통해 욕구를 충족시키고, 욕구의 충족으로부터 만족감을 얻을 수 있다(Becker, 1965)는 점에서, 만족스러운 소비생활은 생활 전반의 만족도에 중요한 영향을 미치게 된다고 할 수 있다. 제한된 자원으로 이용가능한 제품과 서비스를 통해 최대의 만족을 얻기 위해서 소비자는 신중한 선택을 해야 하는데, 이러한 선택의 능력은 모든 소비자에게 동일하지 않으므로 각각의 소비자들은 서로 다른 소비자만족을 경험한다.

소비자가 만족하면 불만족하지 않는 것인지, 그렇지 않고 만족하면서도 불만족할 수 있는 것인지에 대한 논의들도 이어져 왔다. 만족과 불만족을 분리시켜 각각 독립적인 이중구조로 보는 견해가 있는 반면, 소비자만족과 불만족을 단일차원으로 보아 하나의 일직선상에서 만족에 반대되는 개념을 불만족이라 보는 견해(Churchill & Surprenant, 1982;

Maddox, 1981)가 있는데, 이는 만족과 불만족이 상호배타적인 관계로서 만족과 불만족을 긍정적 느낌 대 부정적 느낌과 같이 대응하는 것으로 보는 것이다.

단일차원으로 보는 견해는 만족과 불만족을 소비자가 구매 및 사용 후에 갖는 인지적, 감성적 평가에 대한 종합적인 판단이라는 가정에 바탕을 두고, 소비자가 내리는 종합적인 판단은 비호의적인 것과 호의적인 것을 양극단으로 갖는 한 차원의 감성적 연속선 상의 어느 점에 놓이게 된다고 가정하는데, 이 연속선은 결국 만족과 불만족을 양극단으로 갖는 하나의 차원에서 표시될 수 있다(전선규, 1996).

본 연구에서는 만족과 불만족을 별개의 척도를 사용하여 측정할 때 얻을 수 있는 보상이 연구의 복잡성을 감안할 때 응답자들에게 주어지는 부담을 상쇄하지 못하는 것으로 여겨 단일차원에 바탕을 두고 연구를 진행했다는 Curchill *et al.*(1982)의 견해를 견지하기로 하였다. 이는 본 연구가 외국인을 대상으로 실시한 설문조사의 분석결과를 바탕으로 수행하는 것이기 때문에 연구의 간편성을 고려하지 않을 수 없었던 데 가장 큰 이유가 있다.

2. 생활만족도와 소비생활만족도 관련 변인

가. 정보탐색

정보탐색이란 구매를 하기 전에 필요한 정보를 여러 가지 정보원천에서 찾아내는 것을 의미하며, 정보탐색을 통하여 소비자는 구매후 만족을 증대시킨다(김선량, 정순희, 차경옥, 2002). 소비자는 상품을 구매할 때 가질 수 있는 위험부담감이나 인지부조화를 줄이기 위한 하나의 노력으로 상품에 관한 정보를 얻고자 하는데, 따라서 소비자정보의 활용은 합리적인 소비생활의 전제조건이라고 할 수 있다. 정보의 부족은 소비자피해가 발생하는 근본적인 원인이며, 이때의 정보란 콘텐츠와 함께 매체, 의사소통수단의 문제일 수 있고, 이로 인해 소비자피해 등 소비자문제를 경험해도 해결하기 곤란하며 이러한 문제들이 소비자불만으로 이어지게 된다.

선행연구(Stigler, 1961; Westbrook & Newman, 1978)에서 정보탐색과 소비자만족과의 관계는 일반적으로 정적인 영향을 나타내고 있다. 류미현(1996), 박명희(1985)는 정보탐색이 소비자만족을 증가시키는 주요요인임을 밝힌 바 있고, 정찬옥과 김영신(1993)은 농촌주부를 대상으로 한 연구에서 정보탐색을 많이 할수록 소비자불만에 대해 적극적인 대응행동을 취한다고 하였다. 윤숙현(1992), 이일경(1991)의 연구에서도 비상업적 매체 정보원을 이용한 정보탐색이 증가할수록 선택에 대한 소비자만족이 높아지는 것으로 나타났고, 김소라(1997)의 연구에서도 중립적 정보원천을 통한 정보탐색량이 소비자의 구매 후 만족과 정적인 관계를 가진 것으로 나타

났다. 허경옥과 유소이(2001)는 소비자가 객관적인 정보를 사용할수록 제품에 대한 소비자불만이 감소한다고 하였는데, 이로써 정보의 객관성이 합리적인 소비자행동을 유도하도록 하는 데 도움을 주며, 더 나아가서 불만을 경험할 확률을 감소시킬 수 있는 역할을 할 수 있을 것으로 짐작할 수 있다.

이러한 맥락에서 소비자들이 적절한 정보원천을 이용하는 것을 통해 정보를 탐색하는 것은 효율적이고 합리적인 선택을 위한 필요조건이라 할 수 있고, 결과적으로 소비생활만족도에 영향을 미치는 중요한 요인이라 할 수 있다.

나. 소비자자원

소비는 만족을 창출하기 위해 시간과 자원을 결합시키는 모든 행동이라고 정의된다(이기춘 외, 1995, p. 12). 소비자만족의 수준은 자원을 얼마나 합리적이고 효율적으로 활용할 수 있는가 하는 소비자의 능력과, 실질적으로는 자신의 욕구를 충족시킬 수 있는 자원의 양에 의하여 크게 좌우된다고 볼 수 있다(이성립, 이기춘, 1991).

Andreasen(1975)은 불리한 소비자가 소평행동에서 비합리적인 이유를 무지가설(ignorance hypothesis), 제약가설(constraint hypothesis), 선호가설(preference hypothesis)의 3가지 가설로 설명하고 있다. 이 가운데 무지가설(ignorance hypothesis)에 따르면, 불리한 소비자가 비합리적인 쇼핑행동을 하는 것은 소비자지식이 낮은 때문이며 이는 낮은 교육수준, 자라온 주성장지, 연령, 언어해독능력의 부족에서 기인한다는 것이다. 또한 이동성의 제한과 주변상점에서의 쇼핑으로 인해 시장에 대해 많이 알고 있지 못하기 때문에 무지하거나 순진하여 거래관계에서 피해를 보게 된다고 하였다.

Gronhaug(1987) 역시 자원가설(resource hypothesis)을 통해, 모든 사람이 가지고 있는 자원의 차이로 인해 소비자문제 경험도가 달라진다고 하였는데, 여기서의 자원이란 경제적 자원, 사회적 자원, 문제해결능력, 건강자원, 시간 등을 의미한다. 또한 경제적 자원에는 소득수준, 재정적 위기, 소득의 규칙성, 사회적 자원에는 사회참여집단의 수, 소비자문제해결에 도움을 받을 수 있는 사람의 수, 문제해결능력에는 교육수준, 계획을 세우는 능력, 의사결정기술, 건강자원에는 연령, 병원에 입원한 경험, 거동하는 데 불편한 정도 등이 포함된다.

국내거주외국인에 대한 선행연구 중에서도 이러한 자원가설을 지지하는 결과를 찾아볼 수 있다. 외국인 유학생의 문화적응 스트레스와 생활 스트레스에 미치는 영향을 연구한 나임순(2006)은 외국인 유학생들이 한국어수준과 경제수준이 높을수록 생활스트레스 수준이 낮아지는 것으로 나타났다. 국제결혼 이주여성들을 연구한 박정숙, 박옥임과 김진희(2007)는 경제적 문제 갈등이 적을수록, 소득수

준이 높을수록 생활만족도가 높아진다는 것을 보여 주었다. 윤정주(2007)는 외국인 근로자들의 삶의 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구에서 한국어 의사소통 수준이 삶의 만족에 어느 정도 영향을 미치는지 확인하기 위해 일원분산분석을 실시하였는데 한국어의사소통 수준이 높을수록 한국에서의 삶의 만족도도 높아지는 것으로 확인되었다.

다. 소비자피해경험

소비자문제는 소비자와 기업 간의 문제로 기업이 생산한 재화나 용역을 구입하거나 소비하는 과정에서 나타나는 소비자의 불만과 경제적 손실, 생명·신체상 위해를 가할 때 발생한다. 나아가 소비자문제는 개개의 소비자가 소비과정에서 느끼는 단순한 불만과 피해에 관한 것이 아니라 상품과 용역의 가격 품질 안전성 및 거래조건에 대하여 소비자가 제기하는 문제의식과 잠재적 욕구를 포괄한다(백병성, 2003, p. 19).

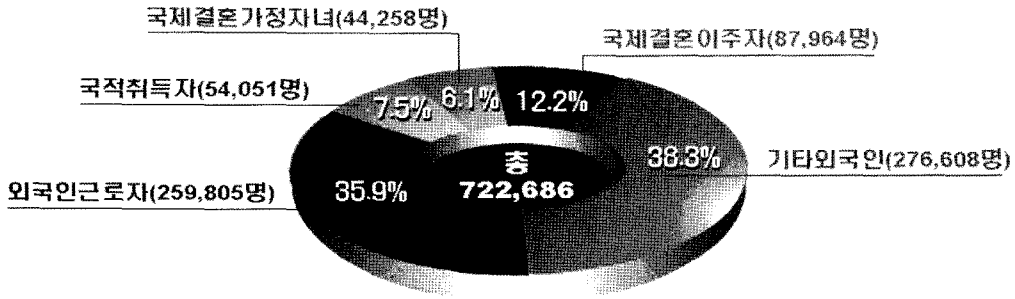
소비자문제는 소비자와 사업자 양자의 문제에 그치지 않고 이를 둘러싸고 있는 정부의 경제운용방식과 경제정책 및 각종 제도 등 경제 사회구조와 밀접하게 관련되어 있는데, 이러한 소비자문제가 소비자에게 손실을 미치는 결과로 나타난 것이 소비자피해라고 할 수 있다. 즉 소비자피해란 소비자가 상품을 구입하여 사용하는 과정에서 품질상의 결함으로 인하여 소비자가 입은 생명, 신체상의 손해 또는 부당한 가격이나 거래조건 그리고 불공정한 거래방법 등으로 인해 소비자가 입은 경제적 손해를 의미한다(이승신, 박명희, 박수혁, 이창범, 류미현, 2000, p. 1).

주제가 다르긴 하지만 다단계판매의 소비자만족도에 영향을 미치는 변수를 연구한 김민정과 서순희(1998)의 연구결과, 소비자피해경험정도는 소비자만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이로써 소비자피해 경험은 소비자의 불만을 야기할 것으로 판단되는 바, 본연구에서 소비자피해를 소비생활만족도에 영향을 미치는 변수로 추가하였다.

3. 국내거주외국인의 개념과 현황

국내거주외국인이란 지방자치단체 관내에 90일 이상 거주하며 생계활동에 종사하고 있는 외국인을 일컫는 용어로 거주외국인지원표준조례 제2항에 규정되어 있다. 출입국관리법상 국내에 90일 이상 체류하는 외국인의 경우 외국인 등록을 하도록 의무화하고 있는데, 지방자치법 제 12조에서는 '지방자치단체의 구역 안에 주소를 가진 자는 그 지방자치단체의 주민으로 본다'고 규정되어 있어 외국인등록을 하고 구역 안에 주소를 가진 거주외국인은 우리나라 사람들과 같은 주민으로서의 지위를 인정받게 된다(행정자치부, 2007b).

행정자치부의 조사 결과 2007년 5월 현재 국내거주외국인은 722,686명이다. 이는 '06년(536,627명)보다 35% 증가



〈그림 1〉 거주목적별 외국인 분포, 행정자치부(2007b)

한 것이며, 우리나라 전체 주민등록인구의 1.5%로 국민 100명당 외국인이 1.5명임을 의미한다.

거주목적별 외국인 분포를 살펴보면 근로자가 35.9%인 259,805명, 국제결혼이주자 및 자녀가 18.3%인 132,222명, 유학생을 포함한 기타 외국인이 38.3%인 276,608명이다. 국적별로는 중국이 52.4%(379,000명)로 가장 많고, 동남아시아 23.7%, 남부아시아 4.6%, 미국 3.4%, 일본 3.3%, 대만 2.9% 순이다. 거주지역별로는 경기(29.7%), 서울(28.7%), 인천(6.0%) 등 수도권에 64.4%가 집중 거주하고 있다.

국내거주외국인의 수가 매년 증가함에 따라 정부는

2006년 5월 제1회 외국인정책회의를 개최하여 법무부를 외국인정책 총괄부처로 지정하였으며, 외국인정책기본방향 및 추진체계를 마련하였다. 그 후속조치로 2007년 4월 재한외국인처우기본법을 제정해서 외국인정책 추진을 위한 법적 근거를 마련하고, 5년마다 외국인정책에 관한 기본계획을 수립하기로 하는 등 국내거주외국인의 사회 조기 적응을 위해 필요한 지원을 하기로 하였다. 기타 각 부처도 국제결혼에 따른 다문화가정 및 외국인 근로자에 대해 출입국 관련, 고용, 투자, 한국어교육을 포함한 교육, 문화 등의 다양한 정책들을 제시하고 있다(표 1). 그러나 정작 생

〈표 1〉 중앙정부 부처별 외국인 업무 현황

기관	소관업무	내용
법무부	외국인 출입국 및 체류관리	· 외국인 출·입국 심사 및 입국 허가, 난민 인정 · 외국인 및 재외동포 체류 지원 · 외국인 산업연수 지원, 외국인 근로자 인권 보호 · 출·입국 사법조사, 외국보호소에서 보호 · 외국인의 부동산 등기용 등록번호 부여 및 관리
여성가족부	외국인 여성·가족 지원	· 외국인 성매매 피해여성에 대한 지원 · 국제결혼 이민자 가족 지원
노동부	외국인 고용 관리	· 외국인근로자의고용등에관한법률 운용 · 외국인 근로자 고용관리 및 권익 보호 · 외국인력 도입 및 송출국가 선정 · 고용허가제 운영, 불법 고용 대책 지원
교육인적자원부	외국인·재외동포 교육운영 지원	· 외국인학교의 운영 지원 및 제도 개선 · 외국인 유학생 관리, 외국인 자녀 교육 지원 · 재외동포에 대한 교육기관의 설치 및 운영 지원
보건복지부	외국인 복지	· 외국인 및 재외국민 건강보험 지원 · 외국인 무료진료 사업
문화관광부	외국인 문화정책	· 외국인 노동자 문화정책 추진 · 외국인의 국내관광 촉진 및 지자체 외자유치 지원
외교통상부	재외동포 보호·육성	· 재외동포의 보호·육성, 재외동포정책실무위원회 운영 · 외국인 입국사증 발급(재외공관)
산업자원부	외국인 투자 지원	· 외국인투자촉진법 운용, 외국인투자유치대책 수립 · 외국인 투자신고수리·허가 및 사후관리
건설교통부	부동산 관련	· 부동산 시장에 대한 외국인 투자유치 관련제도 정비 · 외국인토지취득관리제도 운영
행정자치부	거주외국인 지역사회통합	· 지역사회적응 교육 프로그램 운영, 화합행사 개최 · 생활정보 제공, 민원상담, 시정 참여 · 응급 구호, 다문화준중의 지역사회 조성 등

주. 정귀순(2006). 2006년 한국정부 이주민정책. 2006 이주노동자인권연대 심포지엄 자료집 참조.

활과 밀접한 관련이 있는 소비자정책과 연계된 업무는 매우 제한적이며, 특히 만족스러운 생활을 영위하기 위해 가장 기본적인 소비생활에 대한 업무는 거의 없는 실정으로서 국내거주외국인의 원활한 소비생활을 지원하기 위한 정부와 학계의 관심이 우선되어야 함을 강조할 필요성이 제기된다.

4. 국내거주외국인의 특징

국내거주외국인에 대한 소비자학적 관점에서의 논의는 거의 전무하다. 하지만, 국내거주외국인의 한국에서의 소비자로서의 지위가 취약하기 때문에 취약소비자의 특성을 빌어 국내거주외국인에 대해 이해하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

취약소비자는 소득, 신체의적인 면, 연령, 지역 등에 있어서 불리한 조건을 가지고 있는 소비자로서, 노인, 어린이, 장애인, 농촌지역 소비자 등으로 대표되어 왔다. 이들은 어디에서 소비자문제에 대한 도움을 받고, 소비자정보를 얻어야 할지 모른다(Bernhardt, 1981; Waddle, 1975; 이성림 외, 1991에서 재인용). 또한 자신의 권리나 불공정한 기업 관행을 인지하지 못하여 시장에서 소비자기만을 당할 가능성이 높고, 불리한 시장경험과 관련하여 상대적으로 많은 금전 및 비용(분노, 좌절, 불편함, 시간, 근심 등)을 지불하게 되므로 심각한 소비자문제를 경험하게 된다. 더 나아가서, 소비자불만이 생겨도 불만호소행동을 하지 않는 경향이 있기 때문에 문제가 더욱 심각하다고 볼 수 있다(Perloff, McCaskey, 1978; 이성림 외, 1991에서 재인용).

국내거주외국인의 특성은 여러 가지 측면에서 취약소비자가 될 가능성이 있다. 첫째, 국내거주외국인의 경우 저소득층이 많은 것으로 나타나고 있는데, 저소득층 소비자는 소득수준이 낮아 구매경험이 적고, 선택할 수 있는 시장의 범위가 제한되어 있다는 점에서 취약소비자가 될 가능성이 높다. 둘째, 거주외국인은 언어가 제한되어 있고, 타국거주에 따라 사회적 지지망이 제한적이라는 점에서 정보탐색에 있어서 취약소비자로서의 특성을 가진다. 취약소비자는 비교구매의 이익을 잘 알지 못하므로 탐색을 적극적으로 하지 않으며, 정보원을 얻는 데도 여러 가지 제약이 있으므로 주로 친척·친구·가족 등 인적 정보원에 많이 의존하며 문자와 수식으로 된 소비자교육자료나 정보를 외면하고 신문광고도 잘 이용하지 않게 된다(한국소비자보호원, 1994, p. 19).

Sen(1981; 이성림, 2008에서 재인용, pp. 121-124)은 생활의 질을 가치있는 다양한 기능을 할 수 있는 능력의 관점에서 평가하고 있는데, 생활을 영위하기 위한 수단과 더불어 수단을 기능으로 전환하는 능력이 필요하다고 하였으며 이

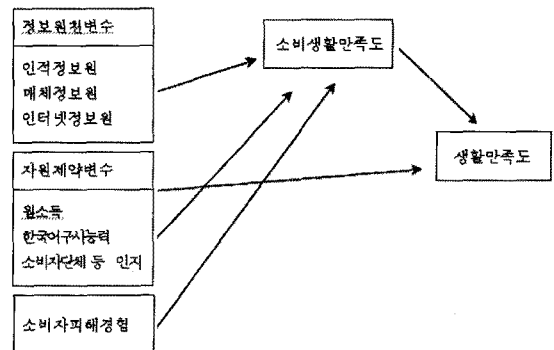
러한 능력은 사회환경, 개인적 특성에 따라 달라진다고 하였다. 그는 빈곤이라는 것을 단지 저소득으로서가 아니라 근본적인 능력의 박탈로 보고 있는데, 그가 말하는 능력의 박탈이란 곧 권리의 박탈이라는 것이다. 공공정책은 바로 이러한 기능을 성취하는 능력에 지대한 영향을 미치기 때문에 필요하다는 것이다. Swagler(1979) 역시 취약계층의 소비자문제가 발생하는 원인은 소비자가 기본적인 기능조차 갖추지 못한 경우가 많고, 시장환경이 잘 정비되어 있지 않기 때문이라고 지적하고 있다. 따라서 이러한 취약계층의 소비자문제를 해결하기 위해서는 문제의 해결을 개별 소비자에게 맡기기보다 국가의 정책과 교육적 지원이 필요하다고 할 수 있다. 소비자정책의 궁극적 목표는 소비자문제 개선을 통한 생활의 질적 향상에 있으므로(Leonhauser, 1988; 유두련, 1991 재인용) Sen(1981; 이성림, 2008에서 재인용)과 Swagler(1979)가 제기하였듯이 공공정책을 통해 국내거주외국인의 소비자능력 제고, 이로 인한 소비자권리의 창출을 지원하는 방안이 요구된다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

본 연구를 수행하기 위해 설정된 연구모형은 <그림 2>와 같으며 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제1. 국내거주외국인의 소비생활실태는 어떠한가?
- 연구문제2. 국내거주외국인의 소비생활만족도와 생활만족도의 전반적인 경향 및 인구통계특성에 따른 차이는 어떠한가?
- 연구문제3. 자원제약변수, 정보원천변수, 소비자피해경험이 소비생활만족도에 미치는 영향력은 어떠한가?
- 연구문제4. 자원제약변수, 정보원천변수, 소비자피해경험, 소비생활만족도가 생활만족도에 미치는 영향력은 어떠한가?



<그림 2> 연구모형

2. 자료 수집

본 연구는 2006년 11월 4~17일까지 3개월 이상 국내에 거주한 20세 이상 외국인 550명을 대상으로 조사하였고, 이 가운데 응답을 부실하게 기재한 5명을 제외한 545명을 유효 표본으로 분석에 사용하였다. 국내거주외국인의 60% 이상이 서울·경기·인천 등 수도권에 집중 거주하고 있어 조사지역을 수도권으로 한정해도 무방하다고 판단하였으며, 조사대상자는 거주목적에 고려하여 할당표본추출하였다. 조사대상자를 3개월 이상 국내거주외국인으로 제한한 것은 외국인이 입국한 날부터 90일을 초과하여 체류하는 경우 출입국관리법 제31조에 따라 입국한 날로부터 90일 이내에 외국인 등록을 하도록 되어 있기 때문이다. 법적 보호를 받지 못함으로 인한 불만족 등 여러 가지 응답상의 오류 발생 우려에 따라 불법 체류자를 조사 대상에서 제외하였고¹⁾, 관광 목적의 일시적인 체류자의 경우 일상생활 측면에서의 소비생활을 영위한다고 보기에는 무리가 있어 역시 조사 대상에서 제외하였다.

설문지는 중국어, 영어, 한국어 설문지를 활용하여 숙련된 조사원을 통한 1:1 대면면접조사를 실시하였다. 설문조사는 중국인 유학생들과 불어 전공자, 영어 가능자로 하여금 실시하도록 하여 한국어를 이해하는 데 어려움이 있는 대상자들로부터 정확한 응답을 얻기 위해서 노력하였다.

3. 측정 도구의 구성

국내거주외국인의 소비생활만족도나 전반적인 생활만족도와 직접적으로 연관되는 선행연구가 이론적으로 견고하지 않기 때문에 측정도구를 구성함에 있어서 최대한 근접한 연구들을 적용하여 변수를 구성하였다.

정보원천변수에는 인적정보원과 객관적정보원인 매체정보원 그리고 최근 인터넷 활용이 보편화되어 있는 점을 감안하여 인터넷정보원을 포함시켰다. 이웃·친구·직장동료·외국인모임·판매원을 인적정보원으로, TV·라디오·신문을 매체정보원으로 분류하였으며, 인적정보원, 매체정보원, 인터넷정보원을 활용하는 경우 = 1, 활용하지 않는 경우 = 0으로 하였다.

선행연구(나임순, 2006; 박정숙 외, 2007; 윤정주, 2007; Andreassen, 1975; Gronhaug, 1981)에 근거하여 자원제약변수를 구성하는 바, 자원을 경제적 자원, 의사소통능력, 문제해결능력으로 선정하였다. 구체적으로 경제적 자원의 제약 정도는 월소득수준으로, 의사소통능력자원의 제약 정도는 한국어구사능력을 선정하였다. 문제해결능력은 소비자불만해결능력으로 보아도 무방하다고 판단되어 소비자단체나 기관에 대한 인지 여부를 대리변수로 활용하였다. 월소득은 월평균 100만원 미만, 100만~200만원 미만, 200만~300만원 미

만, 300만~400만원 미만, 400만원 이상으로 측정된 후 중간값으로 환산하였으며, 한국어구사능력은 4점 리커트 척도의 자기기재식으로 측정, 역코딩하여 점수가 높을수록 한국어구사능력이 높은 것으로 보았다. 소비자피해경험은 피해경험의 유무로 측정하였다.

본 연구에서 소비생활만족도는 소비자가 구매 및 사용 후에 갖는 인지적, 감성적 평가에 대한 종합적인 판단이라는 단일차원이론을 토대로 하여 단일문항으로 측정하였다. 소비생활만족도는 제품이나 서비스 그 자체뿐만 아니라 시장구조 및 시장환경 등 광범위한 소비생활에서 결정되는 것이며, 또한 제품과 서비스 구매에 따른 소비자불만이 소비자특성에 따라 다양할 수 있기 때문에 특정 제품이나 특정 서비스만을 대상으로 소비생활만족도를 측정하는 것 또한 무리라고 할 수 있다. 그러므로 소비자불만이 높은 특정 제품이나 서비스를 선정하여 소비생활만족도를 측정해야 마땅하겠으나 그동안 외국인의 소비생활과 관련한 조사 연구가 없었던 점을 감안할 때 이러한 제품이나 서비스가 무엇인지조차 파악되어 있지 않은 상황이기 때문에 본 연구의 탐색적인 속성을 감안하여 소비생활 전반에 대한 만족도를 단일 문항으로 측정하기로 하였다.

이를 위해 소비생활의 범위를 설명하고 그 만족 정도를 질문하여 '매우 만족'을 4점, '매우 불만족'은 1점으로 한 4점 리커트 척도로 측정하였다.

중속변수인 생활만족도는 일상생활에서 경험하는 목표 및 기대 달성 정도에 대해 개인이 주관적으로 느끼는 충족감의 정도로서, 한국에서 생활하는 물질적, 물리적 생활환경조건으로부터 느끼는 심리적 감정이 만족스럽게 좋은 상태로 정의하였다.

본 연구에서 생활만족도는 전반적인 생활에 대한 만족도를 묻는 단일 문항으로 측정하였는데 이는 소비생활만족도의 측정에서와 마찬가지로 특정영역 선정에서 올 수 있는 편중이나 오류를 피하기 위해서였다. '매우 만족'을 4점, '매우 불만족'은 1점으로 한 4점 리커트 척도로 측정하였다.

4. 분석방법

자료분석을 위해 SPSS WIN13.0을 이용하였다. 조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석, 평균을 산출

1) 사실상 불법체류자의 경우 합법적인 체류자보다 소득이나 생활 자체가 불안정한 데다 소비생활 자체가 훨씬 불만족스러울 수 있기 때문에, 이로 인해 발생할 수 있는 조사결과의 편향을 막기 위해 본 조사에서는 제외되었다. 하지만, 실질적으로 불법체류자의 수가 증가하고 있고, 이들이 경험하는 소비자문제가 더욱 심각하다는 점에서 관심이 필요한 집단이라고 할 수 있다.

하였으며, 인구통계적인 특성에 따른 집단간 소비생활만족도 및 생활만족도의 차이를 살펴보기 위하여 분산분석, 사후검증을 위해 scheffe test를 수행하였다. 정보원천변수, 자원 제약변수, 소비자피해경험이 소비생활만족도 및 생활만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 stepwise 방식으로 회귀분석을 실시하였다.

5. 조사대상자의 일반적 특성

본조사에 응답한 이들의 구성을 살펴보면, 우선 성별로 볼 때 남성 56.3%, 여성 43.7%로 국내거주외국인들의 성별 분포인 남성 57%, 여성 43%에 근접하다.

국적별로는 중국 45.7%, 홍콩/대만/일본 4.6%, 북미/유럽/대양주 35.8%, 그 외 국가 13.9%로 나타나, 앞서 살펴본 행정자치부(2007b) 조사 결과에 비해 북미/유럽/대양주 출신들이 많이 표집되었다. 이는 조사지역을 기업이나 학원, 학교 등이 편중되어 있는 수도권으로 한정함에 따른 결과로 보인다.

연령별로는 20대가 62.4%로 가장 많으며, 30대 28.5%, 40대 7.2%, 50대 이상 1.9%순으로 나타났다. 직업별로는 학생/연수생이 44.8%로 가장 많았고, 사무/기술직/전문직이 26.4%, 판매/서비스/단순노무직이 11.9%이며, 그 외 군인/공무원 5.6%, 기업인/경영인 3.0%, 전

업주부 5.4% 등이다. 주거형태별로는 월세가 42.2%로 가장 많았고, 기숙사/회사 사택이 41.1%, 전세 9.6% 등으로 나타났다. 월세 비율이 높게 나타난 것은 외국인들이 임차료 지불방식 가운데 월세를 선호하기 때문일 것이며, 그에 비해 전세는 우리나라만의 독특한 형태여서인지 이용 비율이 낮다. 기숙사/회사 사택의 비율이 높게 나타난 것은 응답자 가운데 학생/연수생의 비율이 높기 때문으로 보인다.

소득별로 볼 때, '100만원 미만'이 43.1%, '100만원~200만원 미만' 22.0%, '200만원~300만원 미만' 16.9%, '300만원~400만원 미만' 8.1%, 400만원 이상 9.9%이다. 2007년 우리나라 도시 근로자의 월평균소득 3,675,431원, 2006년 농가 월평균소득 2,691,957원인 것에 비해 매우 낮으며, 100만원 미만 저소득층이 절반에 가까운 수치로 나타났다.

이들의 거주목적은 '유학/연수'가 가장 많은 45.5%이며, '직장' 41.8%, '결혼/이민/가족의 이주'가 12.7%이다. 거주기간은 '1년 미만'이 39.5%로 가장 많았고, '1년~3년 미만' 32.7%, '3년 이상' 27.8%였다.

인터넷 사용 빈도는 '매일 접속' 한다는 응답이 75%에 이를 정도로 국내거주외국인들의 인터넷 사용이 보편적인 것으로 보인다.

〈표 2〉 조사 대상자의 일반적 특성

구분		빈도(백분율)	구분	빈도(백분율)	
성	남성	307(56.3)	주거 형태	기숙사/회사 사택	219(41.1)
	여성	238(43.7)		월세	225(42.2)
	소계	545(100.0)		전세	51(9.6)
국적	중국	249(45.7)		기타	38(7.1)
	일본/홍콩/대만	25(4.6)		소계	533(100.0)
	북미/유럽/대양주	195(35.8)	거주 기간	1년 미만	215(39.5)
	그 외 국가	76(13.9)		1년~3년 미만	178(32.7)
	소계	545(100.0)		3년 이상	151(27.8)
연령	20대	337(62.4)	소계	544(100.0)	
	30대	154(28.5)	거주 목적	유학/연수	248(45.5)
	40대	39(7.2)		직장	228(41.8)
	50대 이상	10(1.9)		결혼/이민/가족의 이주	69(12.7)
	소계	540(100.0)		소계	545(100.0)
직업	기업인/경영직	16(3.0)		월 소득	100만원 미만
	사무/기술직/전문직	142(26.4)	100만원~200만원 미만		120(22.0)
	군인/공무원	30(5.6)	200만원~300만원 미만		92(16.9)
	판매/서비스/생산/단순노무	64(11.9)	300만원~400만원 미만		44(8.1)
	학생/연수생	241(44.8)	400만원 이상		54(9.9)
	전업주부	29(5.4)	소계	545(100.0)	
	기타	16(3.0)	인터넷 사용	매일 접속	408(75.0)
	소계	538(100.0)		주2~3회 접속	78(14.3)
		한달에 1~2회 이상 접속		24(4.4)	
			전혀 이용하지 않음	34(6.3)	
			소계	544(100.0)	

* 전체 응답자수 = 545명.

IV. 분석 및 논의

1. 국내거주외국인의 소비생활실태와 소비자불만

소비생활만족도와 생활만족도에 대한 영향요인 분석에 앞서 국내거주외국인들의 소비생활실태는 어떠한지, 소비생활 중에 어떠한 불만이 있는지를 살펴보았다.

우선 국내거주외국인들은 생활비와 관련하여, 주거비, 식료품비, 교육비에 많은 부담을 느끼고 있는 것으로 응답하고 있었다. 주거비와 식료품비에 대한 부담을 느끼고 있다는 응답은 최근 소비자문제로 부각되고 있는 바와 같이 다른 나라와 비교해서 우리나라의 물가가 비싸다는 점을 반영하고 있는 결과라고 할 수 있으며, 교육비에 부담을 느끼고 있다는 응답은 외국인의 생활전반에 대한 체계적인 지원 없이 유능한 국제인력을 한국으로 영입하는 데는 한계가 있음을 보여주는 결과라 할 수 있다.

생활필수품 같은 기본적인 소비생활을 위해 주로 사용하는 유통채널에 대한 질문에 대해 응답자의 절반 정도가 소규모 가게를 이용하고 있다고 답했다. 이는 불리한 소비자의 경우 이동성의 제한과 주변상점에서의 쇼핑으로 인해 시장에 대해 많이 알지 못하기 때문에 거래관계에서 피해를 보고 있다는 Andreasen(1975)의 주장과 연계하여 생각해 볼 필요가 있다.

국내거주외국인이 사용하는 주지불수단은 현금이 가장

많았는데, 이들이 주로 소규모 가게를 이용하여, 소량의 물품을 구입하기 때문으로 해석해 볼 수도 있지만, 동시에 국내거주외국인에 대해 신용카드 발급이 제한적인 우리나라의 현실도 부분적으로 이유가 될 수 있다고 생각한다. 국내거주외국인이 실제로 소비생활을 영유하면서 느끼는 소비자불만으로서는 가격이나 품질/기능의 문제가 상위를 차지한다는 점에서, 우리나라 소비자와 비슷한 문제를 경험하고 있는 것으로 나타나 이들을 소비자집단의 하나로 인식하는 것이 중요하다는 점이 확인되었다. 또한, 동시에 언어서비스가 미흡하다거나, 허위·과장광고가 많고, 정보제공이 미흡하다는 점 등에 대해 다수가 불만을 느끼는 것으로 나타난 결과는 국내거주외국인을 위해 소비자정보를 제공하는 체계적인 방안에 대한 논의가 요구됨을 시사한다. 또한, 물건의 구매나 사용 자체가 불가능했다는 응답은 우리나라의 상품과 서비스의 제공에 있어서 아직 외국인 소비자에 대한 고려가 부족함을 보여주는 결과라 할 수 있다.

소비자불만을 유발한 품목으로는 휴대폰·이동통신서비스가 가장 높게 나타났으며, 그 외 서비스부문에서는 의료서비스, 대중교통서비스, 인터넷서비스에 대해, 물품부문에서는 의류/신발, 가사용품, 식료품 순으로 불만이 있는 것으로 나타났다. 특히 휴대폰과 이동통신서비스의 경우 한국소비자원에 접수된 2006년과 2007년 소비자불만 상위 3개 품목에 올라 있는 것으로써 국내 거주외국인들 또한 우리나라 소

〈표 3〉 국내거주외국인의 소비생활실태 및 소비자불만 현황

		단위 : 명(%)		
구분	빈도(백분율)	구분	빈도(백분율)	
생활비부담비목	주거비	257(47.3)	소규모 가게	268(49.6)
	식비	211(38.9)	도매시장	183(33.9)
	교육비	106(19.5)	채배시장	166(30.7)
	문화레저비	87(16.0)	백화점	150(27.8)
	의류비	72(13.3)	온라인쇼핑	40(7.4)
	통신비	54(9.9)	벼룩시장	36(6.7)
	의료비	61(11.2)	현금	335(61.5)
	교통비	41(7.7)	신용카드	56(10.3)
소비자불만품목			현금 및 신용카드	147(27.0)
	<서비스>		가격	73(33.3)
	이동통신서비스	67(30.5)	품질/기능	64(29.2)
	의료서비스	33(15.0)	언어서비스미흡	48(21.9)
	대중교통서비스	28(12.7)	허위과장광고	46(21.0)
	인터넷서비스	26(11.8)	구매/사용자체곤란	30(13.7)
	선택서비스	24(10.9)	교환/수리곤란	25(11.4)
	<물품>		대기시간	21(9.6)
	휴대폰	40(18.2)	계약취소/환불곤란	19(8.7)
	의류/신발	39(17.7)	소비자위해	18(8.2)
	가사용품	32(14.5)	구매 강요	15(6.8)
	식료품	28(12.7)	계약서/영수증 미지급	11(5.0)
	문화레저스포츠	22(10.0)	아무런 대응 안함	123(55.4)
	컴퓨터	13(5.9)	사업자에 해결 요청	74(33.3)
자동차	10(4.5)	소비자단체기관이용	15(6.8)	
가구	10(4.5)	외국인지원센터및행정기관	10(4.5)	

주. 불만대응행동은 불만 경험자 222명을 대상으로 설문, 불만대응행동을 제외한 나머지 항목은 모두 복수응답에 따른 결과임.

〈표 4〉 소비생활만족도와 생활만족도 관련 변수의 특성

(단위 : 명, %)

관련변수		빈도(백분율)	관련 변수		빈도(백분율)
정보원천변수	인적정보원	364(66.8)	소비자피해경험	있다	223(41.0)
	매체정보원	167(30.6)		없다	321(59.0)
	인터넷정보원	123(22.6)	소계		544(100.0)
한국어구사능력	매우 잘한다	83(15.2)	소비생활만족도	매우 만족	52(9.5)
	잘하는 편이다	204(37.5)		만족하는 편	266(48.8)
	잘 못한다	191(35.1)		불만족하는 편	199(36.5)
	전혀 못한다	66(12.1)		매우 불만족	28(5.1)
소계		544(100.0)	소계		545(100.0)
소비자단체 등 인지	잘 알고 있다	61(11.2)	생활만족도	매우 만족	76(13.9)
	들어본 적 있다	124(22.8)		만족하는 편	378(69.4)
	잘 모른다	122(22.4)		불만족하는 편	86(15.8)
	전혀 모른다	235(43.1)		매우 불만족	5(0.9)
소계		542(100.0)	소계		545(100.0)

비지들과 다르지 않은 중요한 소비자집단임을 알 수 있다.

이러한 소비자불만에 대해서 국내거주외국인들은 공격인 수단을 이용하여 적극적으로 대응하지 못하고 있는데, 이는 소비자단체 및 기관을 잘 알고 있다는 응답이 11.2%에 불과했던 것에 비추어 보아 소비자불만을 해결하는 통로가 있음을 인지하지 못하고 있는 점, 또한 언어 소통이 원활하지 않은 점들이 영향을 미치고 있는 것으로 추측된다.

2. 소비생활만족도와 생활만족도의 전반적인 경향 및 인구통계특성에 따른 차이

본 연구에서 소비생활만족도 및 생활만족도 관련 변수로 선정한 인적정보원, 매체정보원, 인터넷정보원을 포함한 정보원천변수, 월소득과 함께 한국어구사능력, 소비자단체 등 인지를 포함한 자원계약변수, 소비자피해경험, 소비생활만족도의 특성을 살펴보기로 한다.

국내거주외국인은 소비생활과 관련한 정보원천으로써 인적정보원을 이용한다고 응답한 경우가 66.8%에 이르며,

30.6%가 매체정보원을, 22.6%가 인터넷정보원을 주로 이용하고 있었다. 이들의 한국어구사능력은 절반 이상이 '잘하는 편이다'와 '매우 잘한다'로 응답하고 있으며, 41.0%가 소비자피해를 경험한 것으로 나타났다.

한국에서의 전반적인 생활에 대해서는 83.3%가 만족하여, 4점 만점에 2.96점으로 평균을 상회하는 것으로 나타난 반면, 소비생활에 대해서 58.3%만이 만족하여, 4점 만점에 2.63점으로 생활만족도에 비해 소비생활만족도가 낮게 나타나고 있다.

거주목적, 출신국가, 거주기간에 따라 소비생활만족도와 생활만족도에 차이가 있는지 알아보기 위하여 분산분석을 실시한 결과 대체로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

이를 구체적으로 살펴보면, 소비생활만족도는 거주목적과 출신국가에 따라 유의한 차이를 보이고 있는데, '직장'이나 '유학/연수'를 목적으로 한국에 살고 있는 경우에 비해 '결혼/이민/가족의 이주' 등을 목적으로 한 경우 소비생활만족도가 상대적으로 낮게 나타났다. '결혼/이민/가족의 이주'

〈표 5〉 거주목적, 출신국가, 거주기간에 따른 소비생활만족도와 생활만족도의 분산분석 및 sheffe 검증 결과

구분		소비생활만족도		생활만족도	
		M	F	M	F
거주 목적	유학/연수	2.54 a	7.096**	2.88 a	5.538**
	직장	2.76 b		3.06 b	
	결혼/이민/가족의 이주	2.49 c		2.94 ab	
출신 국가	중국	2.55 a	5.773**	2.82 a	11.068***
	홍콩/대만/일본	2.44 abc		2.92 abc	
	북미/유럽/대양주	2.79 b		3.12 b	
	그 외 국가	2.50 ac		3.05 c	
거주 기간	1년 미만	2.62	0.940	3.04 a	9.015***
	1년~3년 미만	2.58		2.81 b	
	3년 이상	2.69		3.03 c	

주. 출신국가에서 '그 외 국가'는 중국/홍콩/대만/일본 외의 아시아계 국가 및 남미, 아프리카를 포함함.

주. 소비생활만족도와 생활만족도의 평균값은 매우 불만족 1점, 매우 만족 4점으로 4점 만점의 평균임.

p < .01. *p < .001.

〈표 6〉 소비생활만족도 회귀분석 결과

변수	회귀계수(표준오차)	표준화된 회귀계수	t값
상수	2.763(0.044)		62.515***
매체 정보원	0.187(0.064)	0.119	2.936**
소비자피해경험	-0.480(0.060)	-0.326	-8.044***
$F_{값} = 40.366***$	$R^2 = 0.131$	수정된 $R^2 = 0.127$	

주. 매체정보원과 소비자피해경험은 더미변수임.
** $p < .01$. *** $p < .001$.

의 경우 '직장'이나 '유학/연수'를 목적으로 한국에 거주하는 경우에 비해 생활에서 소비가 차지하는 비중이 더 크기 때문에 나타난 결과로 보인다. 출신국가별로 보았을 때 북미/유럽/대양주 국가 출신들의 소비생활만족도가 높게 나타났다. 거주기간은 유의미한 차이를 보이지 않았다.

생활만족도와 관련해서는, '유학/연수'를 목적으로 한국에 거주하는 경우 가장 낮은 생활만족도를 보였으며, '직장' 때문에 한국에 거주하는 경우 가장 높은 생활만족도를 보인다. 출신국가별로는 소비생활만족도와 마찬가지로 북미/유럽/대양주 출신의 생활만족도가 높게 나타났으며, 이는 중국이나 그 외 국가들과도 의미있는 차이를 보이고 있다. 선진국 출신 외국인들의 소비생활만족도와 생활만족도가 높게 나타난 것은 상당히 고무적인 일인 것 하나 국내거주외국인의 속척 분포에서 높게 나타나고 있는 선진국 외의 국가 출신들의 소비생활 및 생활만족도의 제고를 위한 관심도 필요함을 강조하고 싶다. 거주기간별로도 집단 간에 의미있는 차이를 보이는데 1년 미만의 단기 거주자들에 비해 거주연한이 상대적으로 긴 국내거주외국인들의 생활만족도가 낮게 나타났다.

3. 소비생활만족도 관련요인의 영향력 분석 결과

소비생활만족도의 관련요인, 요인별 독립적인 영향력을 파악하기 위하여 정보원천변수, 자원제약변수, 소비자피해경험을 독립변수로 하고 소비생활만족도를 종속변수로 하는 회귀분석을 실시하였다.

회귀분석 결과 정보원천변수 가운데 매체정보원 이용, 소

비자피해경험이 유의한 변수로 나타났다. 이들 변수가 소비생활만족도에 미치는 독립적인 영향력을 표준화된 회귀계수(β)를 중심으로 살펴보면 소비자피해경험($\beta = -0.326$)의 영향력이 가장 크게 나타났고 매체정보원($\beta = 0.119$)이 그 다음으로 나타났다. 이 결과를 통해 소비자피해경험이 없을수록, 매체정보원을 이용할수록 소비생활만족도가 높아진다는 것을 알 수 있다. 인적정보원, 인터넷정보원, 월소득과 소비자단체 등 인지, 국내 한국어구사능력을 포함하는 자원제약변수는 분석 결과 거주외국인의 소비생활만족도에 유의하게 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이 회귀모델은 유의확률 $p < .001$ 수준에서 통계적으로 유의하고, 모델의 설명력은 12.7%로 나타났다. 회귀분석 결과 유의한 결과를 정리하면 〈표 6〉과 같다.

4. 생활만족도 관련요인의 영향력 회귀분석결과

생활만족도와 관련요인의 회귀분석 결과 소득, 한국어구사능력, 소비생활만족도가 유의한 변수로 나타났다. 이들 변수의 생활만족도에 미치는 독립적인 영향력을 표준화된 회귀계수(β)를 중심으로 살펴보면 소비생활만족도 ($\beta = 0.372$)의 영향력이 가장 큰 것으로 나타났고 그 다음은 한국어구사능력($\beta = -0.092$), 월소득($\beta = 0.088$) 순으로 나타났다. 즉 소비생활만족도가 높을수록, 월소득이 높을수록 생활만족도가 높아지며, 예상과는 달린 한국어구사능력이 높을수록 생활만족도가 낮은 것으로 나타났다. 이는 한국어능력과 생활만족도 간에 정적인 관계가 있음을 밝힌 윤정주(2007)의 연구와 상이한 결과이다. 이들 변수를 제외한 정보원천변수,

〈표 7〉 생활만족도 회귀분석 결과

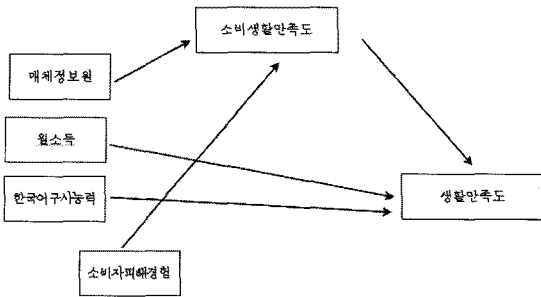
변수	회귀계수(표준오차)	표준화된 회귀계수	t값
상수	2.276(0.113)		20.115***
월소득	0.000(0.000)	0.088	2.163**
한국어구사능력	-0.060(0.026)	-0.092	-2.279**
소비생활만족도	0.296(0.032)	0.372	9.359
$F_{값} = 34.885***$	$R^2 = 0.163$	수정된 $R^2 = 0.159$	

** $p < .01$. *** $p < .001$.

소비자피해경험 및 자원제약변수 가운데 소비자단체 등의 인지의 회귀계수 값은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

이 회귀모델은 유의확률 $p < .001$ 수준에서 통계적으로 유의하게 나타났고, 모델의 설명력은 15.9%로 나타났다. 회귀분석결과 국내거주외국인의 생활만족도에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타난 변수들을 정리하면 <표 7>과 같다.

이상의 연구결과를 정리하면 <그림 3>과 같다. 연구결과, 자원제약변수가 소비생활만족도를 통해 생활만족도에 영향을 미칠 것이라는 연구모형은 지지되지 않았다. 즉, 자원제약변수는 소비생활만족도를 통해서가 아니라 직접적으로 생활만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만, 소비생활만족도가 생활만족도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하고, 정적이며, 그 영향력도 상당히 큰 것으로 나타나, 국내거주외국인의 생활만족도를 증진시키기 위해서는 이들의 소비자로서의 생활만족도를 증진시키는 것이 중요한 것임이 확인되었다.



<그림 3> 회귀분석 결과의 정리

V. 요약 및 결론

본 연구는 국내거주외국인들의 소비생활만족도와 생활만족도에 영향을 미치는 요인들을 파악할 목적으로 수행되었다. 이를 위해 서울 및 수도권에 3개월 이상 거주하고 있는 20세 이상 외국인을 대상으로 구조화된 설문지를 이용하여 자료를 확보하였고 이를 통계분석하였다.

분석모형에서 사용된 독립변수들은 인적정보원, 매체정보원, 인터넷정보원을 포함한 정보원천변수, 월소득, 한국어구사능력, 소비자단체 등 인지를 포함한 자원제약변수, 소비자피해경험 여부, 소비생활만족도였다.

분석 결과 첫째, 국내거주외국인들의 소비생활실태와 소비자불만에 대해 살펴본 결과, 주거비, 식비, 교육비 등의 지출비목에 부담을 느끼고 있었으며, 주로 소규모 가게를 이용하여 생활필수품을 구매하고, 현금을 주지불 수단으로 이용하고 있었다. 가장 많이 경험하는 소비자불만의 유형으로는

가격이나 품질/기능의 문제 등 일상소비자로서 경험하는 문제가 높게 나타났고, 동시에 언어서비스와 정보제공이 미흡한 점, 물품이나 서비스의 구매/사용 자체가 곤란한 문제 등 특히 외국인으로서 한국에서 소비자로서 살아가면서 경험하게 되는 불만들도 있는 것으로 나타났다. 소비자불만이 큰 품목은 휴대폰과 이동통신서비스로 나타났는데, 이러한 서비스는 타국에 와 있는 외국인이 자국과의 소통을 위한 수단으로 필수적으로 이용해야 하는 서비스라는 점에서 국내거주외국인의 소비생활불만족에 중요한 요인이 될 수도 있을 것으로 여겨진다. 또한 국내거주외국인들은 소비자불만에 대해서 적극적으로 대응하지 못하고 있는 것으로 나타나 국내거주외국인의 소비자피해구제를 위한 체계적인 방안을 모색할 필요가 있음을 시사한다.

둘째, 생활만족도와 소비생활만족도 수준은 4점 만점에 각각 2.96점, 2.63점으로 나타나 생활만족도에 비해 소비생활만족도가 낮은 것으로 나타났다.

셋째, 생활만족도는 월소득, 한국어구사능력, 소비생활만족도의 영향을 받으며, 소비생활만족도는 매체정보원 이용, 소비자피해경험의 영향을 받는 것으로 나타났다. 여러 변수들 가운데 소비생활만족도가 생활만족도에 가장 크게 영향을 미치는 변수로 나타났다.

이와 같은 결과를 통해서 국내거주외국인의 생활만족도와 소비생활만족도를 제고하기 위해 다음과 같은 결론과 시사점을 도출할 수 있다.

첫째, 국내거주외국인들의 생활만족도를 높이기 위해서는 소비생활만족도를 높이는 방안에 초점을 두어야 할 것이다. 이를 위해 소비생활만족도에 영향을 미치고 있는 소비자피해 경험을 줄일 수 있는 방안, 매체정보원을 통해 객관적이고 정확한 소비자정보를 제공해 주는 방안을 우선적으로 고려할 필요가 있을 것이다. 또한 이들이 소비자불만에 적극적으로 대응하지 못하며, 도움을 받을 수 있는 소비자단체 등에 대해 인지하지 못하고 있는 점을 고려하여 지자체와 연계를 통한 찾아가는 상담 서비스를 활성화하고, 신문·방송 등, 특히 다언어로 제공하는 매체정보원을 통한 소비자정보 제공에 힘써야 할 것이다.

둘째, 일반적으로 외국인들이 모국을 떠나 타국에서의 생활에 언어가 가장 큰 장애이며, 불편사항인 것으로 나타나고 있는데도 불구하고 한국어구사능력이 생활만족에 미치는 영향이 부적인 관계로 나타나는 것에 주목할 필요가 있다. 한국어수준이 향상되면 한국사회의 완벽한 일원으로 살아갈 수 있을 것이라는 기대가 제기되기도 하지만, 오히려 한국어 이해수준이 높아질수록 오히려 한국에서의 생활에 대한 문제의식이 심화되어 가는 것이 아닌가 우려되며, 이는 단지 기술적 차원의 언어소통문제를 해결하는 것에 치중하고 있

는 정책만으로는 기대하는 거주외국인들의 삶의 질 제고효과를 달성하기 어려울 수 있음을 보여준다. 다시 말하면, 거주외국인의 삶의 질과 생활만족도를 향상시키기 위해서는 생활전반에 대한 체계적인 지원이 요구된다는 것이다.

셋째, 국내거주외국인의 소비생활상태에서 파악된 소비자문제를 살펴보면, 아직 우리나라에서는 제품과 서비스에 대한 정보와 피해구제를 제공하는데 있어서 외국인을 하나의 소비자집단으로 인식하고, 이들을 소비자로서 고려하는 자세가 부족함을 알 수 있다. 한국에 들어오는 외국인의 수가 증가함에 따라, 국내거주외국인을 새로운, 그리고 도움이 필요한 하나의 소비자집단으로 인식하는 자세가 기업과 소비자정책관계자, 소비자교육자 모두에게 필요함을 시사한다.

본 연구를 위한 설문조사를 원활하게 수행하기 위하여 외국인단체에 도움을 요청해보았으나 앞서 언급한 정부정책과 다문화적 관점에서의 학계의 조사가 빈번하게 수행되는 과정에서 외국인들을 대상으로 한 조사가 체계없이 진행되어 온 것이 오히려 외국인들로 하여금 심한 거부감을 갖게 한 원인이 되고 있음을 알게 되었다. 추후에 국내거주외국인에 대한 연구 등을 시행하는데 있어서는 이들이 불편함이나 불편함을 느끼지 않게 하고, 생활을 방해하지 않도록 하기 위한 배려가 요구된다고 생각한다.

자료 수집 과정에서 구조화된 질문지를 활용하고, 중국어와 영어, 불어가 가능한 조사원을 활용하긴 하였으나 한국어를 포함하여 중국어·영어로 번역한 설문만으로는 충분한 의사소통이 어려웠던 데다 다양한 국적의 외국인의 의식을 충분히 파악한다는 것이 근본적으로 한계가 있었다. 또한 의사소통의 어려움으로 인하여 설문문항에 대한 이해부족과 면접조사로 인해 솔직하게 답변하지 않을 가능성을 배제할 수 없어 설문문항의 수를 줄이고 그 내용을 매우 단순하게 할 수밖에 없었다. 이로 인하여 광범위한 소비생활의 영역을 충분히 포함시키지 못하였고 따라서 본 논문을 작성함에 있어서 다양한 분석기법을 활용하기에는 한계가 있음을 인정한다. 다만 본 연구가 그동안 백지상태에 있던 외국인들의 소비생활에 대한 기초연구로서 향후 보다 심층적인 연구를 위한 기반을 마련하고 소비자학적 측면에서 외국인들의 생활에 관심을 갖게 된 첫 번째 연구라는 점에 의의를 두고자 한다.

2007년 제정된 재한외국인기본법에서는 5년마다 외국인 정책기본계획을 수립하고, 중앙행정기관의 장은 그 기본계획에 따라 매년 연도별 시행계획을 수립하도록 하고 있다. 이러한 기본계획에 국내거주외국인을 소비자의 측면에서 바라보고 이들의 소비생활만족 방안을 공공정책에 반영시키는 것을 통해 한국에서의 생활의 질을 향상시키기 위한 노력과 논의, 그리고 학계의 후속연구가 지속적으로 이어질 것

이다. 특히 본문에서도 잠깐 언급했듯이 국내거주외국인이 증가하고 있는 가운데 불법체류자도 함께 늘어나고 있는데, 이들의 소비생활에서의 어려움이 더 클 것으로 짐작되므로, 이들의 소비생활만족도 및 생활만족도 제고와 관련한 연구도 후속연구로서 제안하는 바이다.

■ 참고문헌

- 김민정, 서순희(1998). 다단계판매에 대한 소비자지식, 소비자피해, 소비자만족도. **대한가정학회지**, 36(9), 75-91.
- 김선량, 정순희, 차경옥(2002). 전자상거래시 소비자정보탐색과 소비자만족에 관한 연구. **한국가정관리학회지**, 20(6), 95-107.
- 김소라(1997). 소비자의 내적 정보량과 구매전 탐색이 구매후 만족에 미치는 영향: 컴퓨터 구매행동을 중심으로-. 서울대학교 석사학위 청구논문.
- 김영신(2005). 소비자소외감, 소비생활수준만족도와 생활만족도에 대한 인과분석 - 성별에 따른 중·고등학생과 대학생의 비교. **소비문화연구**, 8(3), 77-97.
- 나임순(2006). 외국인 유학생의 문화적응 스트레스와 생활스트레스에 미치는 영향. **한국비영리연구**, 5(2), 159-197.
- 류미현(1996). 소비자문제 및 불만족에 따른 대응행동. 건국대학교 박사학위 청구논문.
- 박명희(1985). 소비자만족·불만족의 개념에 관한 이론적 연구. **대한가정학회지**, 23(1), 59-69.
- 박정숙, 박옥임, 김진희(2007). 국제결혼 이주여성의 가족갈등과 생활만족도에 관한 연구. **한국가정관리학회지**, 25(6), 59-70.
- 백병성(2003). **소비자행동론**. 서울: 시그마프레스(주).
- 삼성경제연구소(2008). 미국 소수인종의 영향력 확대. **CEO Information**, 653호, 1-20.
- 유두련(1991). 가정생활환경의 변화와 소비자문제. **소비자학연구**, 2(2), 41-54.
- 윤숙현(1992). 소비자정보에 관한 일 연구-냉장고 구매시 인적정보의 중요성을 중심으로-. **한국가정관리학회지**, 10(2), 170-190.
- 윤정주(2007). 외국인 근로자의 삶의 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 대구가톨릭대학교 석사학위 청구논문.
- 이기춘, 박명희, 김영신, 김기옥, 이승신, 서정희 외(1995). **소비자학의 이해**. 서울: 학현사.
- 이성립(2008). **빈곤, 선택의 박탈. 열일곱 가지 소비자이슈**.

서울: 교문사.

이성림, 이기춘(1991). 노인소비자문제에 관한 연구. **대한가정학회지**, 29(1), 177-188.

이승신, 박명희, 박수혁, 이창범, 류미현(2000). 소비자피해 유형분석, 피해구제제도연구. 공정거래위원회 용역보고서.

이일경(1991). 소비자정보원에 따른 정보탐색량과 구매후 만족에 관한 연구. 서울대학교 석사학위 청구논문.

전선규(1996). 만족하지 않는 것은 곧 불만족을 의미하는가?. **소비자학연구**, 7(1), 91-108.

정귀순(2006). 2006년 한국정부 이주민정책. 이주노동자인 권연대 심포지움 자료집. 8-23.

정찬옥, 김영신(1993). 소비자불만호소행동과 영향변인에 관한 연구: 농촌주부를 대상으로. 충남대학교 생활과학연구소.

조석주(2007). 다문화공생을 위한 지방자치단체의 기능강화 방안-외국인 근로자 및 결혼이민자 사례를 중심으로-. **지방행정연구**, 21(3), 3-46.

한국소비자보호원(1994). **소비자문제해결을 위한 경제주체별 역할**. 서울: 한국소비자보호원.

한국소비자원 홈페이지 <http://www.kca.go.kr>.

행정자치부(2007a). **지방자치단체 거주외국인 지역사회 정착 지원 업무편람**. 서울: 행정자치부.

행정자치부(2007b). 거주외국인도 지방자치법상 주민으로 해석. 2007.3.7일자 행정자치부 보도자료.

허경옥, 유소이(2001). 제품과 서비스의 소비자불만 및 소비자불평행동 결정요인 분석: 이단계 추정방법 응용, **소비문화연구**, 4(2), 57-83.

Andreasen, A. R.(1975). *The disadvantaged consumer*. N.Y.: The Free Press, 1975.

Becker, G. S.(1965). A Theory of the Allocation time. *The Economic Journal*, 75(29), 493-517

Churchill, Gilbert A. Jr., & Surprenant, C.(1982). *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504.

Gronhaug, K.(1987), Exploring the problem-prone consumers:Hypothesis and empirical findings. *European journal of marketing*, 21(1). 74-82.

Kotra(2007). 2007 외국인 투자기업 생활환경 애로조사. 서울: Kotra.

Maddox, R. N.(1981). Two-factor Theory and Consumer Satisfaction : Replication and Extension. *Journal of Consumer Research*, 8, 97-102.

Stigler, G. J.(1961). The Economics of Information. *Journal of Political Economy*, 69(3), 213-220.

Swagler, R. M.(1979). *Consumers and the market*. Lexington, Massachusetts: D.C.Health and Company.

Westbrook, R. A., & Newman, J. W.(1978). An Analysis of Shopper Dissatisfaction for Major Household Appliances. *Journal of Marketing Research*, 15, 456-457.

접 수 일 : 2008년 10월 6일
 심사시작일 : 2008년 10월 6일
 게재확정일 : 2008년 11월 5일