

보험에 대한 대학생들의 인식수준에 관한 연구

정중영¹ · 강중철²

¹동의대학교 금융보험학과, ²동의대학교 금융보험학과

(2009년 1월 접수, 2009년 1월 채택)

요약

본 연구는 미래 보험소비자라 할 수 있는 대학생들을 대상으로 보험에 대한 사회적 인식수준을 진단하고 이를 토대로 신뢰받는 보험 산업으로 거듭나기 위한 방안을 제시하는데 그 목적이 있다. 본 연구를 위하여 대학생들을 보험 전공 학생과 비전공 학생으로 크게 구별하여 설문조사를 실시하였고 분석방법은 부분 순위자료(partially ranked data)의 수량화방법을 사용하였다. 대학생 대상 설문분석 결과 보험에 대한 신뢰도 수준은 설문대상 모든 집단이 보험에 대한 신뢰도가 다른 금융권(은행 및 증권) 보다 비교적 낮은 것으로 나타났다. 특히 모든 집단이 신뢰도를 저하시키는 가장 큰 요인으로 보험 모집조직의 전문성 부족과 보험금 관련 분쟁 등을 지적하였고, 전공 학생은 부정적 언론 보도를 비전공 학생들은 보험상품·약관의 복잡성 등을 주요 원인으로 나타났다. 보험산업 신뢰도를 제고하기 위해서는 보험상품 및 약관개선을 공통적으로 지적하였으며 보험전공 학생들은 학교보험교육의 강화와 보험의 언론홍보를 통한 보험의 미래 보험상 정립이 가장 중요하다고 지적하였다. 한편 보험 비전공 학생들은 민원발생시 신속한 보상처리 및 보험회사의 윤리경영 및 건전경영을 위한 보험회사의 자체노력이 보험산업의 이미지 제고 방안으로 제시하고 있다.

주요용어: 보험산업, 신뢰도, 보험교육, 부분순위자료.

1. 서론

국내 보험시장은 2007년 기준으로 수입보험료 1,170억 달러로 세계 7위의 보험대국이며, 총자산은 2008년 6월말 기준으로 약 377조원으로 국내 금융산업의 15.3%를 차지하고 있다. 보험산업 종사자는 약 41만 명으로 전체 금융권 종사자(64만명)의 64.1%에 달하는 등 보험시장은 은행과 함께 금융시장의 양대 축을 형성하고 있다. 즉, 국내 보험회사들은 영리사업을 운영하고 있지만 국민생활 및 국가경제에 없어서는 안 될 중요한 기능을 수행하고 있다.

이처럼 국내 보험산업이 소비자에 주는 순기능과 국민경제에 대한 높은 기여에도 불구하고 보험산업에 대한 사회적 신뢰수준은 은행 등에 비하여 상당히 낮은 수준으로 평가되고 있는 실정이다. 일례로 안철경 등 (2008)의 보험소비자 설문조사에 따르면 금융상품을 선택하는 소비자에게 가장 중요한 회사 이미지 항목이 안정성이라는 점을 감안할 때 보험회사는 경쟁금융기관인 은행 등과 비교해서 그 수준이 낮은 것으로 나타났다. 보험소비자 설문조사 결과 일반인들은 안정성 측면에서 생명보험(15.6%), 손해보험(14.6%)보다 은행(34.8%)을 우수하다고 평가하였다. 또한 이순재와 정중영 (2007)은 국내 보험회사의 CEO 및 계약자 그리고 보험회사 출입기자를 대상으로 설문조사를 실시한 결과 보험에 대한 신뢰도

이 논문은 2007학년도 동의대학교 교내연구비에 의해 연구되었음(과제번호 2007AA065).

²교신저자: (614-714) 부산광역시 부산진구 엄광로 995, 동의대학교 상경대학 금융보험학과, 부교수.

E-mail: jckang@deu.ac.kr

수준은 설문대상 모든 집단이 보험에 대한 신뢰도가 다른 금융권보다 낮은 것으로 나타났다. 특히 모든 집단이 신뢰도를 저하시키는 가장 큰 요인으로 보험 모집조직의 전문성 부족 등을 지적하였고 기타 보험금 관련 분쟁, 보험상품·약관의 복잡성, 부정적 언론 보도 등도 주요 원인으로 나타났다. 즉, 이순재와 정중영 (2007)은 현재 보험산업에 근무하거나 기존 계약자들을 대상으로 보험산업에 대한 신뢰도를 고찰하였다면 본 연구는 미래의 보험소비자인 대학생들을 대상으로 분석하였다는데 그 차이점이 있다고 하겠다.

이러한 금융업 신뢰도에 대한 국내 기존연구를 살펴보면 최인수와 홍복안 (2001)은 보험업에서의 신뢰관계의 대표적 측정지표를 보험계약 유지율에 두었으며, 유지율에 대한 평가방식을 개발하여 보험회사에 대한 소비자의 신뢰를 상승하기 위한 방법을 제안하였다. 이경룡과 이봉주 (2003)는 보험 서비스의 특성과 관련하여 발생하는 여러 가지 윤리적 문제의 해결이 보험산업 신뢰도를 제고시킬 수 있다고 주장하였다. 남상욱과 조명기 (2005)는 생명보험업의 구축 결정요인을 기업의 정제성, 커뮤니케이션과 기업 이미지로 구분하고, 생명보험업의 사회적 신뢰수준을 높이기 위한 방안을 제시하였다. 정홍주와 오태형 (2005)은 보험업의 신뢰 결정요인을 신빙성, 배려, 정직성의 3요소로 구분하고 회사, 상품 및 채널의 각각에 대하여 은행업과 보험업의 신뢰 결정요인을 비교하였다. 또한 Jung 등 (2007)은 3개국(한국, 일본, 대만)의 보험산업 신뢰도 수준을 비교 평가하고 정직성이 나라별 보험산업의 신뢰도 수준 차이를 발생시키는 가장 큰 요인으로 분석하고 있다. 한편 외국의 연구로서 Gill 등 (2006)은 은행이 기업 고객에 신뢰를 미치는 영향을 6가지의 변수(사람관련 서비스 특성인 감정이입, 공손, 유사성과 거래관련 서비스 특성인 주문제작, 적격성, 신속성)로 구분, 이러한 변수가 은행과 중소기업사업자간의 관계유지기간에 따른 차이를 비교하고 있다.

따라서 본 연구에서는 국내 보험산업에 대한 사회적 인식수준을 미래 보험소비자인 대학생들을 중심으로 재조명하고 이를 토대로 잘못된 관행 등을 개선하여 보험산업에 대한 신뢰도 제고 방안을 제시하고자 한다. 본 연구의 구성은 다음과 같다. 제 1장 서론에 이어 제 2장에서는 연구 분석 범위 및 방법을 설명한다. 제 3장에서는 설문분석 결과를 기술하며 제 4장에서는 낮은 신뢰도에 대한 원인분석을 통하여 본 연구의 결론을 도출하고자 한다.

2. 연구 분석 범위 및 방법

2.1. 분석 범위

미래 보험소비자들의 보험에 대한 사회적 신뢰수준을 분석하기 위하여 본 연구에서는 국내 2개 대학교의 보험전공 대학생 185명과 보험 비전공 210명 대학생을 대상으로 2008년 10~12월에 설문조사를 실시하였다. 설문에 응한 학생들은 주로 2~4학년 학생들이며 남학생이 약 63%로 여학생 보다 많은 비율을 이루고 있다.

주요 질문내용은 타 금융(은행 및 증권) 산업과 비교하여 보험에 대한 인식 변화, 보험의 이미지수준, 이미지 저하 사유 및 이미지 제고 방안 등이다. 먼저 타 금융산업과 비교하여 미래 소비자들이 느끼는 보험에 대한 이미지를 조사하였고 이어 보험에 대한 이미지가 타 금융산업에 비하여 낮다면 그 이유를 크게 3가지 순위로 구별하여 분석하였다. 설문지 제시된 이유는 크게 7개의 항목으로 ① 설계사 등 보험 모집조직의 전문성 및 신뢰성 부족, ② 보험상품 및 약관내용의 복잡성, ③ 뉴스나 TV 드라마 등에서의 보험에 대한 부정적 보도, ④ 보험회사의 과도한 이익추구, ⑤ 보험에 대한 홍보 및 교육 부족, ⑥ 보험금 및 해약환급금 등 지급과정에서의 분쟁, ⑦ 기타 임·직원들의 무성의, 불친절 등이다. 또한 보험이미지를 제고 시키는 방안에 대해서도 3가지 순위로 구별하여 제시된 방안은 크게 8개의 항목으로 ① 언론 등을 통한 보험이미지 홍보 강화, ② 민원 발생 시 신속한 처리, ③ 교육 강화를 통한 설계사 등 모집

조직의 전문성 향상, ④ 소비자가 이해하기 쉽도록 보험상품 및 약관 개선, ⑤ 청소년 및 소비자 등을 대상으로 한 보험교육 강화, ⑥ 불우단체에 대한 기부 등 공익사업 참여 증대, ⑦ 윤리 및 건전경영을 위한 보험회사의 자체 노력 강화, ⑧ 정부 등 감독당국의 감독 강화 등이다.

2.2. 분석 방법

대학생들의 보험산업에 대한 신뢰수준에 대한 분석방법은 부분순위자료(partially ranked data)의 수량화 방법을 사용하였다. 순위자료(ranked data)는 n 명의 대상자(subjects)들이 독립적으로 p 개의 대상(objects)을 선호하는 순서대로 순위(rank)를 부여함으로써 만들어진 데이터를 말한다. 본 연구에서 고려하는 순위자료에 대한 수량화방법은 순위자료를 수량화함으로써 저차원상으로 차원축소하여 피험자들을 몇 개의 특성군으로 세분화하는 다변량기법을 의미한다 (허명희, 1999).

피험자 i 가 대상 j 에게 부여한 순위를 r_{ij} 라고 하자($i = 1, \dots, n; j = 1, \dots, p$). 그러면 전체 순위자료는 다음과 같이 표현할 수 있다.

$$R = \begin{bmatrix} r_{11} & \cdots & r_{1j} & \cdots & r_{1p} \\ \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ r_{i1} & \cdots & r_{ij} & \cdots & r_{ip} \\ \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots \\ r_{n1} & \cdots & r_{nj} & \cdots & r_{np} \end{bmatrix},$$

여기서 순위자료행렬 R 의 특징은 각 행의 평균이 $(p + 1)/2$ 로 모두 같은 반면 열의 평균들은 모두 다르다는 점이고 따라서 순위자료행렬에 대하여는 행 중심화(row centering)처리를 하여 분석하게 된다. 즉, 행 중심화된 순위자료는 행렬 $S\{s_{ij}\}$,

$$s_{ij} = r_{ij} - \frac{p + 1}{2}$$

로 표현할 수 있고 본 연구에서 고려하는 부분 순위자료(partially ranked data)에 대해서는

$$s_{ij} = \bar{r}_{ij} - \frac{p + 1}{2}$$

로 수정하여 표현할 수 있다. 여기서, \bar{r}_{ij} 는 i 피험자가 j 대상에게 부여한 순위가 만일 부분 순위크기 s 혹은 $(s + p + 1)/2$ 와 같거나 작으면 해당 순위를, 그렇지 않으면 0을 부여한다. 여기서 부분순위크기 s 는 피험자가 대상에게 부분 순위를 부여한 항목수이다. 이제 스피어만 거리에 근거한 수량화법을 적용하기 위해 두 피험자간의 거리를 다음과 같이 정의한다.

$$1 - \frac{6d_S^2(i, i')}{(2s(s + 1)2s + 1) + 3(p - s)(s + p + 1)^2 - 3p(p + 1)^2}$$

여기서 $d_S^2(i, i') = \sum_{j=1}^p (s_{ij} - s_{i'j})^2$ 이다.

한편, 순위자료 행렬 S 의 i 행 s_i 를 R^p 에서의 벡터라 두고, ν 를 R^p 에서의 단위 벡터라 하면 최적 차원축소를 위한 수량화의 목표는

$$\max \sum_{i=1}^n (s'_i \nu)^2, \quad \text{subject to } \nu' \nu = 1$$

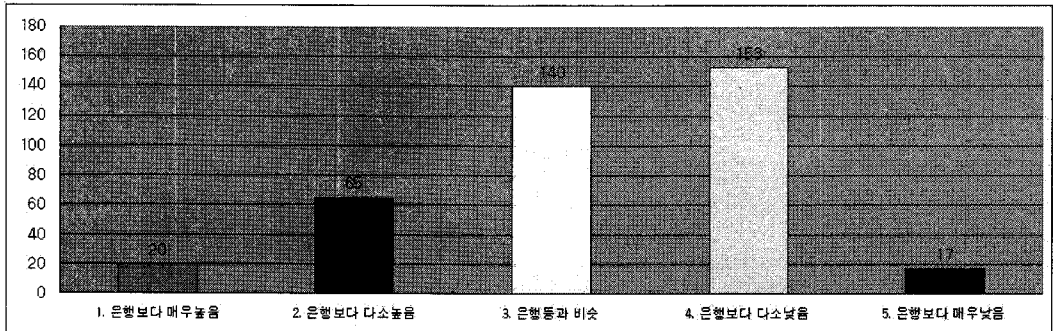


그림 3.1. 보험에 대한 이미지

표 3.1. 전공별 보험 이미지 교차표

구분		보험산업 이미지			전체
		은행보다 낮음	은행과 비슷	은행보다 높음	
전공 유무	전공자	83	66	36	185
	비전공자	87	74	49	210
전체		170	140	85	395

3. 분석결과

3.1. 보험의 이미지

보험에 대한 이미지에 관하여 실시한 설문결과 보험에 대한 신뢰도가 타 금융권(은행 및 증권)과 다소 낮은 수준으로 나타나고 있다(그림 3.1 참조). 타 금융권보다 낮은 수준으로 응답한 학생이 총 170명으로 전체 43%를 차지하고 있고, 타 금융권과 비슷한 수준이 총 140명으로 35%를 차지하고 있으며 타 금융권보다 매우 높은 수준이라고 생각하는 학생들은 전체 5%로 20명에 이르고 있다. 보험 비전공 학생인 경우 타 금융권보다 낮은 수준으로 응답한 학생이 총 87명으로 전체 42%를 차지하고 있고 타 금융권보다 매우 높은 수준이라고 생각하는 학생들은 전체 5.7%로 12명에 이르고 있다. 즉, 보험이미지에 대한 조사에서 모든 학생들이 보험에 대한 신뢰도가 상대적으로 타 금융권에 비해 낮게 나왔고, 특히 보험 전공 학생들(45%)이 비전공 학생들(41%)에 비해 보험에 대한 인식이 더욱 부정적으로 나타나고 있다.

3.2. 이미지 낮은 이유

보험 신뢰도를 저하시키는 가장 큰 요인으로 보험전공 학생들은 부정적 언론보도와 보험 모집조직의 전문성 부족 등을 지적하고 있고 보험 비전공 학생들은 보험상품·약관의 복잡성과 보험금 관련 분쟁 등을 주요 원인으로 응답하고 있다. 부분순위자료(partially ranked data)의 수량화방법 분석을 통해서서는 그림 3.2와 3.3에서 제시하는 것처럼 대다수 보험 전공학생들은 보험이미지가 타 금융업에 비해 낮은 이유는 모집인의 전문성 부족, 부정적 보도 및 보험금 지급과정의 분쟁 등을 지적하고 있고, 대다수 보험 비전공 학생들은 보험상품·약관의 복잡성, 보험금 관련 분쟁과 모집조직의 전문성 및 신뢰성 부족에 기인한다고 생각하고 있다. 즉, 대다수 학생들은 모집조직의 전문성 부족과 보험금지급 과정에서의 분쟁을 보험이미지가 낮은 이유로 지적하였으며 특히 전공학생들은 언론의 부정적 보도를 비전공학생들은 상품 및 약관의 복잡성을 보험 이미지를 저하시키고 있다고 지적하고 있다.

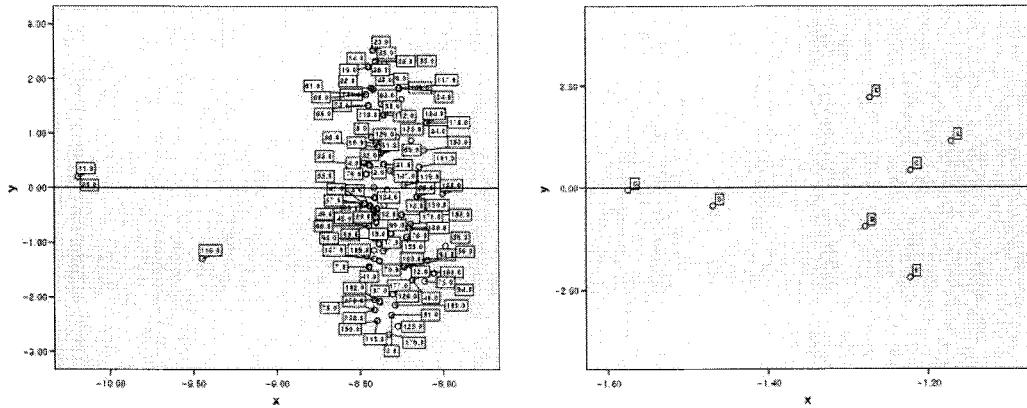


그림 3.2. 보험이미지 저하 요인 ROW PLOT 및 COLUMN PLOT(전공 대상)

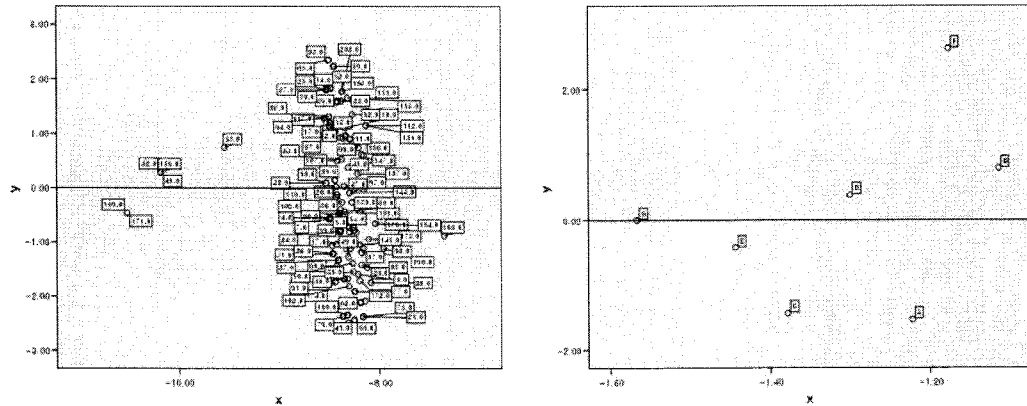


그림 3.3. 보험이미지 저하 요인 ROW PLOT 및 COLUMN PLOT(비전공 대상)

- 주) A: 설계사 등 보험모집조직의 전문성 및 신뢰성 부족
- B: 보험상품 및 약관내용의 복잡성
- C: 뉴스나 TV 드라마 등에서의 보험에 대한 부정적 보도
- D: 보험회사의 과도한 이익추구
- E: 보험에 대한 홍보 및 교육 미흡
- F: 보험금 및 해약환급금 등 보험금 지급과정에서의 분쟁
- G: 기타 임·직원들의 무성의, 불친절 등

3.3. 이미지 제고 방안

보험산업 이미지 제고 방안은 보험전공 학생들은 1순위와 2순위에서는 보험이미지 홍보강화와 보험교육 강화가 가장 많았으며 3순위에서는 전문성 향상과 보험상품 및 약관 개선 방안을 지적하고 있다. 보험 비전공 학생들은 보험금 지급과정 민원해결과 상품 및 약관 개선을 보험이미지 개선 방안으로 제시하

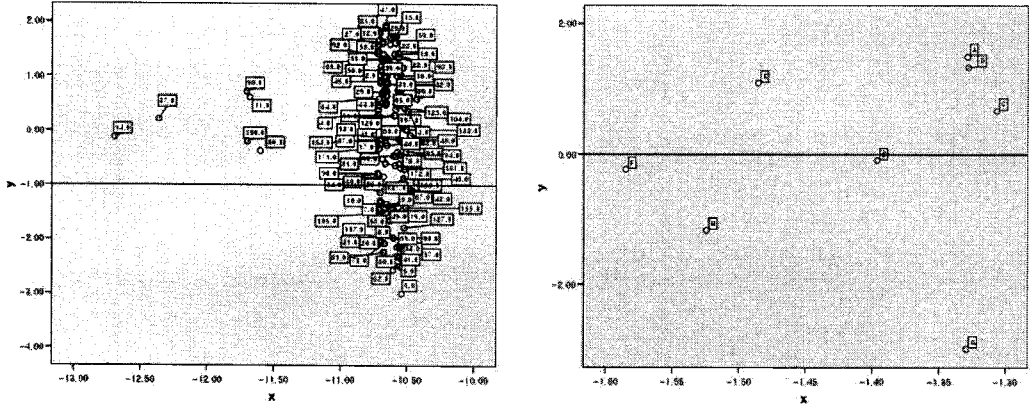


그림 3.4. 보험이미지 제고 방안 ROW PLOT 및 COLUMN PLOT(전공 대상)

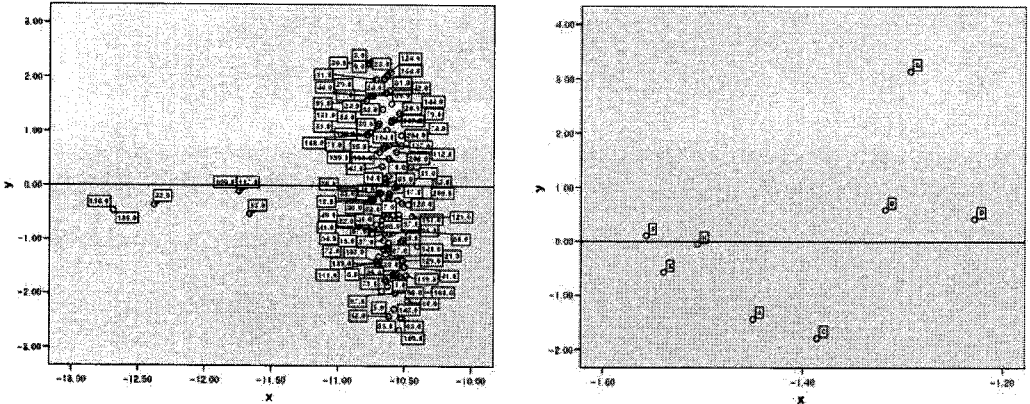


그림 3.5. 보험이미지 제고 방안 ROW PLOT 및 COLUMN PLOT(비전공 대상)

- 주) A: 언론 등을 통한 보험이미지 홍보 강화
- B: 민원 발생 시 신속한 처리
- C: 교육 강화를 통한 설계사 등 모집조직의 전문성 향상
- D: 소비자가 이해하기 쉽도록 보험상품 및 약관 개선
- E: 청소년 및 소비자 등을 대상으로 한 보험교육 강화
- F: 불우단체에 대한 기부 등 공익사업 참여 증대
- G: 윤리 및 건전경영을 위한 보험회사의 자체 노력 강화
- H: 정부 등 감독당국의 감독 강화

고 있다. 즉, 부분 순위자료의 수량화방법 분석을 통하여 보험이미지를 제고시키기 위한 방안으로 그림 3.4와 3.5에서 제시하는 것처럼 대다수 학생들은 소비자가 이해하기 쉽도록 보험상품 및 약관개선을 특히 보험전공학생들은 보험이미지 홍보강화와 모집조직의 전문성강화를 비전공학생들은 민원발생시 신속한 처리와 윤리 및 건전경영을 위한 보험회사의 자체 노력을 제시하고 있다.

4. 결론 및 시사점

본 연구에서는 미래 보험소비자라 할 수 있는 대학생들을 대상으로 설문조사를 통하여 보험산업의 이미 지 수준을 실질적으로 확인하는 결과를 제시하고 있다. 설문조사 결과 보험계약은 미래의 불확실성을 기초로 장기간에 걸쳐 이루어짐에 따라 사회적 신뢰도가 기본이라고 할 수 있음에도 사회적 신뢰도는 은행 등 타 금융산업에 비해 낮은 수준이었다. 신뢰도가 낮은 가장 큰 이유는 모집조직의 전문성 부족과 보험금 지급과정에서의 분쟁임을 확인할 수 있었다. 특히 보험전공 학생들은 보험에 대한 언론의 부정적 보도를 비전공학생들은 보험상품 및 약관의 복잡성 등을 주요 요인으로 지적하고 있었다.

설문조사에서 제기된 보험산업의 부정적인 이미지에 대한 개선방안은 크게 몇 가지로 나누어 제시할 수 있다. 첫째, 보험상품 및 약관에 대한 개선 방안이다. 보험계약의 내용은 대부분 법률적 용어로 구성되어 있고, 보험상품의 가격이라 할 수 있는 보험료의 산출에 대한 내용은 수리 통계적 원리의 적용 등으로 이 분야에 상당한 지식이 없이는 이해하기가 어렵다. 이러한 상품의 구조적인 측면에서 소비자의 이해도가 저조할 수밖에 없고, 낮은 이해도로 인하여 보험에 대한 신뢰도가 형성되기 어려운 측면이 있다. 따라서 표준약관과 표준담보범위를 정비하여 보험상품을 단순화하는 것을 고려해 볼 필요가 있다. 둘째, 보험모집의 전문성 배양과 보험금 지급개선이다. 따라서 보험모집에 대한 보수 교육 강화와 보험금 및 해약환급금 지급업무의 투명성을 강화하여야 할 것이다. 마지막으로 보험에 대한 교육 및 이미지 홍보 활동 강화이다. 보험의 미래상 정립을 위하여 가장 중요한 것은 보험교육과 다양한 홍보 활동이라 할 수 있다. 외국의 경우처럼 청소년부터 시작하여 대학생 및 일반인들에게까지 지속적인 보험교육이 필수적이라 할 것이다. 아울러 보험원리 등에 대한 국민 공익광고 실시와 소비자 눈높이에 맞는 다양한 홍보 활동 강화이다. 즉, 보험제도 및 원리에 대한 충분한 교육 및 안내를 통해 보험에 대한 왜곡된 오해를 불식시키고 소비자주권에 대응하여 소비자들도 계약과정에서 철저한 내용확인이 필요하다는 사실도 강조해야 할 것이다.

본 연구는 설문대상이 국내 2개 대학교 학생들을 대상으로 한정되어 있어 전체 미래 보험소비자들의 보험산업에 대한 인식수준을 도출 하는 데는 어느 정도 한계가 있다. 향후 설문대상 및 내용을 확대하여 대학생들의 보험에 대한 인식을 더 심도 있게 조사할 계획이다.

참고문헌

- 남상욱, 조명기 (2005). 생보업의 사회적 신뢰 제고방안, <생명보험>, 16-36.
- 안철경, 기승도, 이상우 (2008). <2008년 보험소비자 설문조사>, 보험연구원.
- 이경룡, 이봉주 (2003). 보험회사의 기업윤리 현황과 과제, <보험학회지>, 64, 137-159.
- 이순재, 정중영 (2007). 보험산업 신뢰도제고 방안에 관한 연구, <보험개발연구>, 18, 3-35.
- 정홍주, 오태형 (2005). 보험업 신뢰도 및 결정요인에 관한 실증 연구 - 은행과의 비교를 중심으로 -, <보험학회지>, 71, 49-75.
- 한상태 (1995). Quantification approach to ranked data analysis, 박사학위논문, 고려대학교.
- 허명희 (1999). <다변량 수량화>, 자유아카데미.
- 최인수, 홍복안 (2001). 신뢰관계 유지율 분석을 통한 보험회사의 비즈니스 모델 개발, <한국컴퓨터정보학회 논문지>, 6, 188-205.
- Gill, A. S., Flaschner, A. B. and Shachar, M. (2006). Factors that affect the trust of business clients in their banks, *International Journal of Bank Marketing*, 24, 384-405.
- Jung, H., Chen, J. and Lee, H. (2007). International comparison of trust level on insurance- focusing on Korea, Japan, Taiwan, *APRIA Eleven Annual Conference*.

A Study on the Cognition of University Students about Insurance Industry

Jung Young Jeong¹ · Jung Chul Kang²

¹Dept. of Banking and Insurance, Dong-Eui University;

²Dept. of Banking and Insurance, Dong-Eui University

(Received January 2009; accepted January 2009)

Abstract

The purpose of this article is to measure the level of insurance industry's social cognition based on the university students' survey questionnaire. For this, this study analyzes the cognition of students on the level of social reliability, the causes of low reliability, and the measures of enhancing the reliability level about insurance industry. For the analysis of survey questionnaire, partially ranked data analysis was employed. The results show that most students recognize that the reliability of insurance industry is lower than that of other financial industry such as banks and securities firms. The main reason for this low reliability is the lack of sales forces' specialty, the complexity of insurance products and contracts, and negative media release about insurance industry. To enhance the social reliability level of insurance, establishment of the future insurance image is essential, and that can be achieved through strengthening the insurance education and public relations and simplifying insurance products and contracts.

Keywords: Insurance industry, reliability, insurance education, partially ranked data.

This work was supported by Dong-eui University Grant(2007AA065).

²Corresponding author: Associate Professor, Dept. of Banking and Insurance, Dong-Eui University, Busan 614-714, Korea. E-mail: jckang@deu.ac.kr