

고령친화 사회환경 조성을 위한 노년기 프로그램 개발 : 건강가정지원센터 활용 소비생활 주제를 중심으로

이 윤 정(호서대 사회복지학부 노인복지학 전공 전임강사)

I. 도입

전체 국민 중 65세이상 노인인구 비율이 10%를 넘어서 고령사회로의 진입속도가 빠르게 가속화되고 있는 요즘, 노인 인구규모의 증가 측면에서나 개인의 생애주기적 측면에서 그들의 다양한 욕구와 생활 적용이 개인만이 아닌 사회적 이슈 및 사회문제로까지 확대될 수 있어 지역사회를 비롯한 국가적 차원에서 그 관심도가 점진적으로 높아지고 있다.

특히 2006년도 이후 고령친화산업의 육성 및 지원을 근거법령 제정과 시행을 통해 본격화하고 있고, 세대통합 정책을 통해 더불어 함께사는 생활, 전 국민의 삶의 질 향상을 지향하며 보편적 복지를 추구하는 현재의 시점에 노인을 바라보는 관점은 요보호 대상만이 아닌 자립적인 생활 지원을 해야 하는 대상자로서 그 사회적 관점을 확장하고 있다.

최근 2008년에 발표된 2002년부터 2007년까지의 노인상담 현황 관련자료를 살펴보면, 이러한 흐름을 뒷받침하듯 노인이 빈번히 상담을 요청하는 내용 1순위는 생활문제(42%)와 건강문제(28%)로 가족문제(12%)와 심리문제(11%)보다 훨씬 많은 비율을 차지하고 있다(김은주, 2008). 특히 생활문제는 노인의 일상의 다양한 생활사건과 관련된 것으로써 기관이용 정보 등과 같이 소비자로서의 생활적응에 관한 사항이 주를 이루어, 관련 지원체계와 방안마련이 요구됨을 알 수 있다.

일반적으로 타인이 제공하는 재화와 서비스를 구매, 사용, 처분하는 과정에서 그 주체적 역할을 하는 이들을 소비자라 일컫는데, 현대사회에서는 인간의 소비기능이 일상화되어 어느 생애주기에서나 변화하는 사회에 적응하기 위한 방안으로 소비자로서의 올바른 기능과 역할이 강조되고 있다. 특히 노년기에는 신체적 노화와 기억력 감퇴, 경제력 저하 등으로 이전 시기에 비해 재화와 서비스의 선택범위가 확대되었다 하더라도 그 선택범위만큼 소비자로서의 충분한 효용을 누리기가 어려울 뿐 아니라 새로운 구매와 비용지출 시스템에 적응하기가 어려워 이들의 생활문제는 점차 다양해질 수 밖에 없다.

이에 보건복지가족부의 노인정책과에서는 2008년 노인의 소비자권익보호를 위한 토론회를 개최한 바 있으며, 노인소비자를 위한 명시적 법률과 제도 등이 뒷받침되어 이들에 관한 정부와 사회의 관심이 조속히 구체적 지원으로 이어져야 한다고 문제를 제기한 바 있다.

그동안 노인은 소비의 주체로서 취약계층에 속하여 이들이 경험하는 문제나 해결에 큰 관심을 두지 못하였으며, 따라서 사회문제로 대두되기 이전에 피해예방을 위한 교육 등의 프로그램 개발과 보급이 다소 등한시되어 온 것이 사실이다. 그러나 최근 사회문제화되고 있는 노인들이 경험하는 불법 상거래상 로 인한 사기와 피해를 예방하고, 이들의 생활복지감 증진을 위해 체계적 소비생활 프로그램 보급과

실천 환경을 조성하는 일은 신속히 그리고 전국 차원으로 확대 추진되어야 하며, 그 노력은 노인소비자의 특성과 그들이 처한 사회환경이 충분히 고려된 상황에서 지속되어야한다.

이에 본 연구는 노인소비자의 생활실태와 그들의 소비교육 요구, 근거법령 등을 선행연구로 고찰하고, 노인소비자를 위한 소비생활프로그램 구성원리와 체계를 도출하여 보다 실천적인 노인소비자 프로그램을 개발하고자 하며, 나아가 전국 차원의 프로그램 활용과 보급을 위해 지역사회 자원연계망을 활용한 방안을 제안하고자 한다.

II. 선행연구 고찰

1. 노인 소비자의 생활 실태

1) 소비자로서의 "노인", 정의와 특성

노인소비자는 노년기를 어떻게 정의하느냐에 따라 그 범위가 달라진다.

일반적으로 노년기란 생물학적, 사회적, 심리학적 과정을 포함한 복합된 현상이 나타나는 시기로, 연령을 기준으로 몇 세부터 노인으로 보는 가는 견해에 따라 다양해 질 수 있다.

우리나라에서는 사회적, 법률적 고용부문에 있어서 퇴직연령이 55-60세이고, 국민연금법상 노령연금의 수혜대상 자격은 60세이며, 노인복지법에서는 노인을 65세 이상으로 규정하고 있다(이기춘, 2000). 외국에서는 노년기가 65세 이전부터 시작된다고도 보고 있는데, 정년퇴직과 소득감소 혹은 소득상실, 여가증가, 사회적 이탈 등을 경험하는 65세를 경계로 하여 노인연령을 정의하고 있는 경우가 가장 많다. 또한 노인 스스로가 지각하는 노년기에 대한 개념도 국가마다 차이가 있다. 우리나라에서는 '건강이 쇠약해진 경우'를 노년기의 시작이라고 응답한 경우가 가장 많았으며, 스스로 노인이 되었다고 지각하는 연령은 약 60세부터가 가장 많다. 그러나 미국이나 영국의 경우에는 직장을 그만둔 후의 생활이 노후생활이라고 응답한 경우가 가장 많으며, 노인이 되었다고 지각하는 연령도 일본은 65-70세, 미국은 80세, 영국은 75세가 가장 높은 비율을 차지하고 있다(김동환, 2008). 그러므로 노인소비자의 연령 구분은 주로 60-65세 이상으로 볼 수 있으나 확정적인 것은 아니며, 신체적인 쇠퇴나 직장에서의 은퇴, 자녀의 분가, 개인 및 사회적인 인식 등에 의해서 얼마든지 달라질 수 있다.

한편 소비자란 개인적 이용을 위해 상품이나 서비스를 제공받는 사람으로, '타인이 공급하는 물자나 용역을 소비생활을 위해 구입·사용하는 자', '거래과정의 말단에서 구매자로 나타나는 생활인' 등과 같이 국민 일반으로서 공급자에 대립하는 개념이 보편적이며(정순희, 2007), 같은 맥락에서 소비자기본법에는 '소비자라 함은 사업자가 제공하는 물품 및 용역을 소비생활을 위하여 사용하거나 이용하는 자 또는 대통령령이 정하는 자'라고 명시되어 있다(소비자기본법 제2조). 이 같은 개념의 소비자는 생활의 영위를 위해 재화와 용역을 구입하고 사용하는 모든 과정에서 보다 그 개념을 확장하여 재화와 용역의 구매, 사용, 처분하는 과정까지 관여하게 되며, 궁극적으로 삶의 질 향상과 만족감 추구를 위해 소비과정에 있어서 선택과 소유, 이용, 처리의 효율성을 극대화하고자 한다(이승신·김시월, 2004).

따라서 노인의 개념과 소비자 개념에 기초하여 노인소비자의 개념을 정의하여 보면, 노인소비자란 생애주기상 노년기에 있는 소비자로서, 자신의 욕구를 충족시키기 위해 재화와 서비스 자원의 평가,

획득, 배분 및 사용, 처분하는 활동에 스스로 참여하는 사람이다. 즉, 타인이 공급하는 재화와 서비스를 소비함에 있어, 다른 연령층의 소비자와는 구분되는 그들만의 고유한 특성으로 세분화될 수 있는 집단이다.

그러나 엄밀히 하자면 노인집단은 동질집단이 아니며, 그 안에 다양성이 존재한다. 일반적으로 노인들에 대한 오해는 신체적인 나이에 지나치게 의존하여 노인들의 다양성을 무시하고 획일적으로 규정하려는 데에서 비롯된다. 실제 노인들은 최소 60여 년 동안 서로 다른 개인적인 경험과 사건, 문화적, 사회적 변화를 경험하므로 다른 연령층보다도 더 다양한 개인차를 보일 수 있다. 따라서 노인소비자의 일반적인 특성을 살펴보고자 할 때는 필연적으로 다양한 개인차를 간과하게 되는 편견과 학자마다의 이견을 주지해야 한다.

이 같은 점을 염두에 두고 기존 연구에서 제시하고 있는 노인소비자의 특성을 크게 태도와 행동특성으로 구분하여 정리해보면 다음의 표 내용과 같다.

노인의 태도특성으로는 노화에 따른 스트레스와 우울증을 경험하고, 향수의 대상물에 애착을 보이며, 죽은 후 흔적을 남기려는 욕망이 강하고, 인생회고의 과정을 보이고, 위험회피, 안전과 보장에 관한

<표> 노인소비자의 태도와 행동특성

구 분	내 용
태도특성	<ul style="list-style-type: none"> · 노화에 따른 스트레스와 우울증을 경험함 · 향수의 대상물에 애착을 보임 · 죽은 후 흔적을 남기려는 욕망이 강함 · 인생회고의 과정을 보임 · 위험회피, 안전과 보장받고자 하는 욕구가 강함 · 소외와 고독, 고립감을 느낌 · 여가에 대한 관심이 증가함 · 노인으로 인지되는 것을 싫어함 · 독신 노인소비자의 증가현상이 보임 · 옛 것의 선호 성향이 다른 집단에 비해 높음
행동특성	<ul style="list-style-type: none"> · 소극적이며, 수동적, 내향적 성향이 증가함 · 경직성이 강하며, 안전한 방법을 찾으려 함 · 움직임이 제한적임 · 건강하고자 하는 욕구가 강함 · 다른 생애주기에 비해 간병과 의료서비스에 대한 수요가 증가하게 됨 · 돈을 적게 들여 건강하고자 함 · 유희과 사기에 무기력함 · 시력이 나빠지고 계산의 어려움 등으로 사기에 희생당함 · 장례준비, 토지구입 등에서 사기당함 · 구매력이 증가하나, 구매력의 개인 차가 존재함 · 마케팅 정보에 수용적임 · 쇼핑 자체를 즐김 · 신용카드 사용이 적음 · 하나의 동질적 패턴의 노인시장(senior market)이 아님 · 공동구매 의사결정에 익숙함 · 활동적인 집단 구매자라고도 일컬을 수 있음 · 재산증식을 위한 투자에 관심이 많음 · 자신을 위한 교육투자(각종 자격증취득) 증가현상을 보임

(출처: 박명희·이민표(1992), 이기춘(2000), 김동환(2008)에서 발췌하여 정리함)

욕구가 강하며, 소외와 고독, 고립감을 느끼고 여가에 대한 관심이 증가하고, 노인으로 인지되는 것을 싫어하며, 옛 것의 선호 성향이 다른 집단에 비해 높은 것 등을 거론할 수 있다.

노인의 행동특성으로는 소극적이며, 수동적, 내향적 성향이 증가하는 현상과 경직성이 강하며, 안전한 방법을 찾으려 하는 성향, 움직임이 제한적이고, 건강하고자 하는 욕구가 강한 것, 다른 생애주기에 비해 간병과 의료서비스에 대한 수요가 증가하게 되며, 돈을 적게 들여 건강하고자 하는 욕구가 강하고 유흥과 사기에 무기력하며, 시력이 나빠지고 계산의 어려움 등으로 사기에 희생당하는 것, 특히 장례준비, 토지구입 등에서 사기당할 가능성이 높으며, 구매력이 증가하나, 구매력의 개인차가 존재하는, 마케팅 정보에 수용적이고 쇼핑 자체를 즐기며, 신용카드 사용이 적고 공동구매 의사결정에 익숙한, 재산증식 투자에 관심이 많고, 자신을 위한 교육투자욕구가 증가하는 등의 내용을 언급할 수 있다.

2) 노인의 소비생활 실태

최근 보건복지가족부에서는 2008년에 노인 대상의 불법·부당한 전화·방문 판매행위의 접촉경험을 조사하여 그 결과를 발표한 바 있다. 이 조사는 전국의 65세 이상 노인 1,000명을 대상으로 2008년 5월에 실시한 설문으로, 조사결과 대상노인의 49.4%가 접촉경험을 한 것으로 나타났다.

그 중 전화를 통한 판매행위 접촉경험은 노인의 40.4%, 행사 참여를 통한 판매행위 접촉경험은 노인의 19.8%, 공무원 사칭 방문 판매행위 접촉경험은 노인의 5.4%가 겪은 것으로 나타났는데, 65세 이상 노인을 대상으로 하는 불법·부당 판매행위의 접촉경험 비율은 연령이 낮을수록 높은 것으로 나타났다.

<표> 연령별 노인 대상 불법부당 판매행위 접촉경험 비율(보건복지가족부, 2008)

연 령	사례수(명)	접촉경험 있는 노인의 비율(%)	접촉경험 없는 노인의 비율(%)	계(%)
만 65-69세	390	56.4	43.6	100
만 70-79세	454	46.9	53.1	100
만 80세 이상	156	39.1	60.9	100
전 체	1000	49.4	50.6	100

행사를 통한 판매행위 접촉경험 중 홍보관 및 체험방 참석 시 판매행위 접촉경험 비율이 11.3%로 가장 높았으며, 그 접촉경험 횟수는 3번 이상이 52.7%로 나타났고, 9~10번 이상(7.1%)도 상당수 있는 것으로 확인되었다. 노인 대상의 불법·부당한 전화·방문 판매행위 접촉경험이 있는 노인들의 제품구매율은 약 16.1%로 나타나 이들의 소비자피해의 심각정도를 예측할 수 있다.

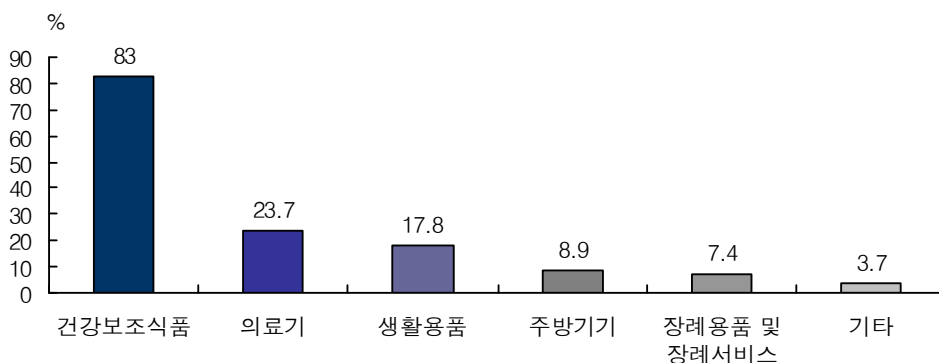
구매 경로별 구매율을 살펴보면, 홍보관 및 체험관을 통해 판매행위 접촉경험이 있는 노인들의 구매율이 40.2%로 가장 높았으며, 그 구매 물품으로는 '건강보조식품'이 83.0%로 가장 높고, '의료기' 23.7%, '생활용품' 17.8% 순으로 나타났다. 제품을 구매한 노인 중에는 47.5%가 제품에 불만이 있는 것으로 나타났는데, 그 불만 사항으로는 '가격에 비해 품질이 낮음'이 '90.4%'로 가장 많았고, 다음으로 '환불이 안 됨' 39.1%, '제품 교환이 안 됨' 36.7%, '교환, 환불, 수리 절차가 복잡함' 31.8%의 응답이 많은 비율을 나타내고 있다. 그러나 구매 제품에 대해 불만이 있는 노인 중 97.3%가 신고를 하지 않은 것으로 나타났다.

신고하지 않은 이유로는 ‘어느 곳에 신고해야 할지 몰라서’가 38.5%로 가장 높고, ‘본인의 잘못이므로’ 31.7%, ‘신고 등의 절차가 귀찮아서’ 16.7%, ‘가족에게 알리고 싶지 않아서’ 5.2% 순으로 높게 나타났으며, 구매 물품에 대한 불만 사항 신고처를 인지하고 있는 노인도 21.2%에 불과하였다. 인지하고 있는 신고처는 ‘소비자원 및 소비자 단체’가 52.9%로 가장 많고, 그 다음으로는 ‘경찰서/피출서’가 49.5%로 나타나 바람직한 소비생활의 주체로서 권리행사에 차질을 빚고 있음을 알 수 있다.

조사대상자 중 노인 대상의 불법·부당한 전화·방문 판매행위에 의해 제품을 구매한 노인의 34.0%가 이로 인해 가족간 갈등을 경험하고 있는 것으로 보고되고 있다.

<표> 판매유형별 노인 대상 불법·부당 판매행위에 의한 제품구매율(보건복지가족부, 2008)

판매 유형		구매경험 있음(%)	구매경험 없음(%)	계(%)
전화통화를 통한 판매행위	경품당첨 빙자	12.4	87.6	100
	공공기관 사칭	19.1	80.9	100
	설문조사 빙자	18.0	82.0	100
행사참여를 통한 판매행위	홍보관 및 체험관 빙자	40.2	59.8	100
	강연회 빙자	33.4	66.6	100
	효도관광 빙자	35.7	64.3	100
	경로잔치 빙자	39.5	60.5	100
공무원 사칭 방문판매행위		19.9	80.1	100
전 체		16.1	83.9	100



<그림> 노인 대상 불법·부당 판매행위에 의한 구매 제품 종류(보건복지가족부, 2008)

2. 노인 소비자 교육 요구

노인소비자는 다양한 욕구, 부족한 자원, 복잡한 사회경제적 변화에 대한 이해부족 등으로 많은 소비자문제를 가지고 있는 상처받기 쉬운 취약소비자이다. 그러므로 노인 소비자에 대한 소비자교육의 필요성은 그 집단의 인구 수 증가와 더불어 나날이 증가하고 있으며, 노인기의 신체적·정신적 특성을 감안한 교육내용이나 교육방법에 대한 세심한 배려가 있어야 한다.

노인소비자들은 다른 연령층보다 많은 개인차가 존재하며, 이로 인해 다양한 교육방안이 요구된다. 노인소비자는 동질성을 지닌 단일 소비자층이 아니므로 그 안에 다시 다양한 욕구와 패턴을 가진

여러 하위집단으로 나누어 교육할 필요가 있다.

노인소비자 교육의 목적은 소비자문제를 예방하고 소비생활의 질을 향상시키는 데 있다. 이를 위해서는 노인소비자 자신의 교육요구도를 바탕으로 교육내용을 설계하는 것이 바람직하다. 노인소비자 교육 역시 성인교육의 일종으로서 학습자의 자발적인 동기와 주체적인 자기학습이라는 점에서 요구분석이 필요하다. 교육활동의 대상이 되는 노인들의 흥미를 파악하여 흥미가 높은 분야의 학습 프로그램을 조직하는 것이 교육 프로그램의 운영과 기대효과면에서 바람직하다. 즉, 노인소비자교육의 내용이 노인 소비자의 필요나 요구에 기초하면서도, 사회의 요구나 현실에 바탕을 두고 있는 것일 때, 그리고 실용적이며 노인들의 일상생활의 경험에 관한 것일 때 보다 의의가 있다.

Miller(1986)는 노인소비자 교육 프로그램을 위해 소비자권리에 대한 이해를 그 목표로 둘 수 있다고 했으며, 또한 소비자지식의 원천으로서 광고, 상품표시, 약품구매, 보증에 대한 인식에 초점을 두어야 하며, 교육목적 및 교육방침을 판매광고에 대한 이해 및 해석과 관련시켜야 하고, 노인소비자가 당사자 소득으로 원하는 것을 구매할 수 있도록 필요한 품목을 구매하는 데 도움을 줄 수 있어야 하며, 나아가 프로그램의 개념적 구조는 소비자태도, 특히 사회적 지향에 맞추어 구성되어야 한다고 언급하였다. 또한 노인소비자가 스스로 소비자교육 장소를 찾아오기를 기대하기보다는 그들이 있는 현장에서 소비자교육이 실시되도록 하여야 하며, 교육방침은 노인소비자들이 자신의 생활을 통제할 수 있다고 느낄 수 있도록 고안되어야 한다고 하였다(이기춘, 2000)

한편 노인소비자교육에 대한 요구를 노인대상으로 살펴본 연구결과를 정리하면, Burton & Hennon (1981)은 노인소비자의 소비자교육 요구도는 전반적으로 높은 편이며, 그 요구내용은 의료서비스, 실용품, 조세, 음식, 주택, 자동차, 보험 등에 관한 순으로 주거지역에 따라 다르다고 하였으며(이기춘, 2000), 이승신·윤경희(1994)는 노인소비자의 소비자교육 요구도는 중간 이상을 상회하는 정도로 보상 방법, 약품, 환경오염, 식품, 기만에 대한 대처행동, 일반적 구매지식, 수선 및 수리, 노인복지, 금전관리 및 공과금, 신용구매 등의 내용을 요구하고 있으며, 연령이 적을수록, 교육수준이 높을수록 요구수준이 높고, 성별, 직업유무, 동거형태 등의 변인과는 유의미한 차이가 나타나지 않는 것으로 보고하고 있다. 권정원·이기춘(1997)의 연구에서도 조사대상 노인의 80%이상이 소비자교육을 요구하고 있었으며, 그 내용은 건강 및 병원 이용, 피해구제, 여가, 조세, 구매기술, 자산관리, 재취업준비 등에 관한 것으로 성별에 따라 교육내용의 우선순위가 다르며, 여성노인보다 남성노인의 경우 교육요구수준이 높다고 하였다. 또한 교육수준이 높을수록 요구수준이 높다고 하였으며, 가족유형에 따라 교육내용의 요구순위가 다르게 나타났다고 하였다.

노인소비자 교육을 계획할 때는 소비자교육 내용영역뿐만 아니라 방법적인 측면도 반드시 고려해야 한다. 교육방법은 노인소비자 교육의 효율성과 흥미도를 높일 수 있는 결정적 요소이기 때문이다.

노인소비자들이 원하는 소비자교육 기관으로는 대중매체(24.3%), 정부 및 공공기관(24.1%), 민간 소비자단체(22.4%), 노인학교 및 노인정(11.6%)인 것으로 나타났다(이승신·윤경희, 1994).

3. 노인소비자 보호 및 교육을 위한 근거 법률

1) 고령친화산업 진흥법

고령친화산업 진흥법은 2006년도 12월에 제정된 것으로, 궁극적으로 노인의 삶의 질 향상과 국민정

제의 건전한 발전을 목적으로 고령친화산업을 지원·육성하기 위해 시행되고 있다.

이 법령의 제5조에 의하면, 소비자의 권익보호를 위해 국가 및 지방자치단체는 고령친화산업의 활성화를 도모함에 있어 고령친화제품 등의 소비자 권익보호를 위하여 다음의 시책을 강구하도록 권고하고 있다.

첫째, 고령친화제품 등의 건전한 이용을 위한 홍보·교육 및 연구

둘째, 소비자의 건전한 조직활동의 지원 및 육성

셋째, 소비자의 생명·신체 및 재산상의 위해방지

넷째, 소비자의 불만 및 피해에 대한 신속·공정한 구제조치

다섯째, 그 밖에 고령친화제품 등의 소비자보호와 관련된 사항

즉, 이 법은 고령친화산업의 육성 및 지원을 통한 노인의 삶의 질 향상이 궁극적 목적이나, 생산되는 재화와 서비스의 보급과정에서 유발되는 소비생활 및 소비자 문제와 피해를 최소화하고 소비자 권리가 올바르게 실현될 수 있도록 소비자 권익보호 조항을 부가함으로써, 관련 교육 및 프로그램 개발과 보급의 중요성을 간접적으로 시사하고 있다.

2) 소비자기본법

1980년에 제정되어 현재까지 13차 개정을 통해 시행되고 있는 소비자기본법 제2장 소비자의 권리와 책무에 명시된 내용을 살펴보면, 소비자는 총 8가지의 기본적 권리를 가지며 각 내용은 다음과 같다고 제시하였다.

첫째, 물품 또는 용역으로 인한 생명·신체 또는 재산에 대한 위해로부터 보호받을 권리

둘째, 물품 등을 선택함에 있어서 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리

셋째, 물품 등을 사용함에 있어서 거래 상대방·구입장소·가격 및 거래조건 등을 자유로이 선택할 권리

넷째, 소비생활에 영향을 주는 국가 및 지방자치단체의 정책과 사업자의 사업활동 등에 대하여 의견을 반영시킬 권리

다섯째, 물품 등의 사용으로 인하여 입은 피해에 대하여 신속·공정한 절차에 따라 적절한 보상을 받을 권리

여섯째, 합리적인 소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리

일곱째, 소비자 스스로의 권익을 증진하기 위하여 단체를 조직하고 이를 통하여 활동할 수 있는 권리

여덟째, 안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리

이와 같은 권리는 노인 소비자에게도 그대로 적용되는 것으로 소비생활에 있어 취약계층이라 할 수 있는 노인들을 위해 동법 제7장 소비자안전 편에서는 제45조에서 취약계층의 보호를 위해 다음과 같은 조항을 언급하고 있다.

첫째, 국가 및 지방자치단체는 어린이·노약자 및 장애인 등 안전취약계층에 대하여 우선적으로 보호시책을 강구하여야 한다.

둘째, 사업자는 어린이·노약자 및 장애인 등 안전 취약계층에 대하여 물품 등을 판매·광고 또는 제공하는 경우에는 그 취약계층에게 위해가 발생하지 아니하도록 제19조제1항의 규정에 따른 조치와

더불어 필요한 예방조치를 취하여야 한다.

나이가 동법 제14조에는 소비자의 능력 향상을 위해 국가 및 지방자치단체가 소비자의 올바른 권리행사를 이끌고, 물품 등과 관련된 판단능력을 높이며, 소비자가 자신의 선택에 책임을 지는 소비생활을 할 수 있도록 필요한 교육을 해야 하며, 따라서 경제 및 사회의 발전에 따라 소비자의 능력 향상을 위한 프로그램을 개발하여야 한다고 명시하였다. 또한 국가 및 지방자치단체는 소비자교육과 학교교육·평생교육을 연계하여 교육적 효과를 높이기 위한 시책을 수립·시행해야 함을 언급하였다.

III. 연구내용 및 방법

1. 연구기간 : 2008년 6월 ~ 2009년 5월

2. 연구내용 및 추진방법

1) 노인소비자 특성에 기반한 소비생활 프로그램 개발에 요구되는 주요원리와 구성체계를 도출한다.

선행연구 고찰을 통해 밝혀진 노인소비자의 행동 및 태도특성과 소비교육에 대한 욕구에 기반하여 소비생활 프로그램 기획에 요구되는 주요원리를 선별한다.

또한 주요원리를 기준으로 노인소비자에게 필요한 프로그램 주제영역을 나누고, 내용구성과 실행전략에 활용될 수 있는 체계를 구성한다.

2) 노인소비자를 위한 소비생활 프로그램을 개발한다.

노인소비자를 위해 다루어야 할 내용에 계열성을 고려하여 주제영역을 개발하고, 프로그램 기대효과를 높일 수 있는 진행방식과 소요 시간량, 준비사항 등을 구체적으로 제시한다.

프로그램 기획 및 진행자가 갖추어야 하는 정보와 지식수준을 소개하고, 노인소비자의 참여동기를 지속시킬 수 있는 방향을 제시한다.

3) 지역사회 자원연계구축과 프로그램 보급방안을 제시한다.

전국의 노인소비자를 위한 프로그램으로 보급되기 위해 근거법령을 토대로 전국에 설치되어 있는 기관 및 유관단체와의 협조와 연계망 구축을 고려하고, 융통적인 기획방식과 진행요령에 대해 논의한다.

IV. 프로그램 개발

1. 노년기 소비생활 프로그램의 구성원리와 체계

1) 내용구성의 원리

① 경험의 원리

프로그램 목표는 기관의 특성, 프로그램 주제와 대상에 따라 달라질 수 있으나, 어떠한 목표이든 분명하고 구체적이어야 한다. 따라서 프로그램 내용은 목표 하나하나와 밀접히 관련 되어야 하며, 먼저 그 목표를 구체적으로 세워놓고 프로그램 내용을 노인이 경험가능한 사례를 중심으로 구성하는 것이 바람직하다.

수행기간이 짧은 경우는 여러 목표 중 몇가지 목표만을 골라 이와 관련된 내용을 정하도록 한다. 그 내용을 목표로 관련짓는다 해서 1:1로 맺어지는 것이 아니다. 하나의 내용이 여러 개의 목표를 달성할 수도 있고, 여러 종류의 활동이 하나의 목표와 관련되는 경우도 있다.

노인소비자는 대개의 경우, 기억력이 감퇴하므로 강의중심의 교육은 큰 효과가 나타나지 않는다. 필요에 따라 강의방식의 진행도 요구되나, 여러 활동이 다양하게 전개될 수 있도록 내용을 구성함이 바람직하다. 즉, 이론적인 것보다는 실제적이고, 추상적인 것보다는 구체적인 것에 유의해 지도해야 한다(허정무, 2002). 노인소비자들은 호기심을 자극하는 여행, 견학, 노래, 무용, 운동 등 정서적 측면이나 신체적 측면과 관련된 내용을 흥미롭게 인식하는 반면, 지적 학습내용은 상대적으로 배우고자 하는 동기와 집중도를 떨어뜨릴 수 있다. 그러므로 지적능력이 요구되는 프로그램 내용은 노인들의 공감을 충분히 살 수 있는 경험과 밀접히 관련되는 내용으로 조직해야 할 것이다.

② 생활화·사회화의 원리

노인소비자 대상의 프로그램은 현 생활을 보다 잘 적응하기 하기 위한 내용이어야 한다. 즉, 그 내용을 당장이라도 실천하여 교육효과를 볼 수 있는 내용이 바람직하다. 또한 전달되는 내용이나 방법이 노인소비자들의 생활과 밀접히 관련되어 있어야 한다. 따라서 추상적 이론이나 학문적 지식은 노인들이 알아듣기 어려울 뿐 아니라 관심도 끌기 어려우므로, 노인소비자들의 일상생활 속에서 나타나는 문제를 중심으로 프로그램 내용을 구성해야 할 것이다.

프로그램 내용은 급격한 사회변화에 적응할 수 있도록 노인소비자들을 도와주는 콘텐츠로 공급되어야 한다. 소비에 관한 가치관과 소비문화, 소비생활양식 등 급격한 사회변화에 다양한 연령대의 소비자들과 동시에 적응해야 하므로 이러한 측면을 간과하게 되면 보수성, 전통성이 강한 노인소비자들은 사회적응에 어려움을 경험하게 될 것이다.

공급된 프로그램 내용이 서로 관련되어 내용상 연결되고 통합되어 조직될수록 노인소비자들의 사회 적응과정은 수월해질 수 있다.

③ 계열성의 원리

프로그램 내용은 그것이 아무리 잘 선택되었다 하더라도 단 한 번의 학습으로 끝나기는 힘들다. 특히 노년기에는 기억력이 감퇴하므로 더욱 반복적인 학습이 필요하다. 기술이나 태도를 배울 때에는 같은 내용을 계속적으로 반복해야 하며, 지적능력이 요구되는 내용도 이에 못지않게 반복할 필요가 있다. 예를 들면, 소비자 피해예방수칙에 관한 기본적인 지식을 습득하게 한다는 목표가 있다면 이 지식을 어느 정도 확고히 습득할 때까지는 계속적으로 반복하도록 한다.

반면 계속적인 반복 시 같은 수준의 내용 반복도 중요하지만, 대상에 대한 기대효과와 상황에 부합되는 범위에서 그 깊이와 넓이를 더해가는 계열적 반복을 추구하는 것이 바람직하다. 단순하고 구체적인 데서 복잡하고 추상적인 내용으로 옮겨가거나, 쉬운 내용에서 어려운 내용으로 점진적 확장학습이

권장된다. 그런데 노인소비자를 대상으로 하는 프로그램에 있어서는 이 같은 계열성을 추구하기에는 다소의 제약이 따른다. 충분한 시간량의 확보, 프로그램의 지속성 등이 갖추어져야 시도가능하기 때문이다.

2) 실행의 원리

① 자발성의 원리

노인소비자 프로그램은 노인들의 흥미에 입각한 자발성에 그 기초를 두어야 한다. 노년기 인간은 60년 이상의 생활경험을 가지고 있기 때문에 자발적으로 학습할 수 있는 능력이 갖추어져 있으므로 프로그램 실행방법에는 이러한 장점이 활용되도록 한다. 예를 들면, 일방적인 강의는 가능한 줄이고, 노인소비자가 주체가 되어 발표와 토의, 제작, 연극, 견학 등이 자발적 활동으로 이루어지도록 한다.

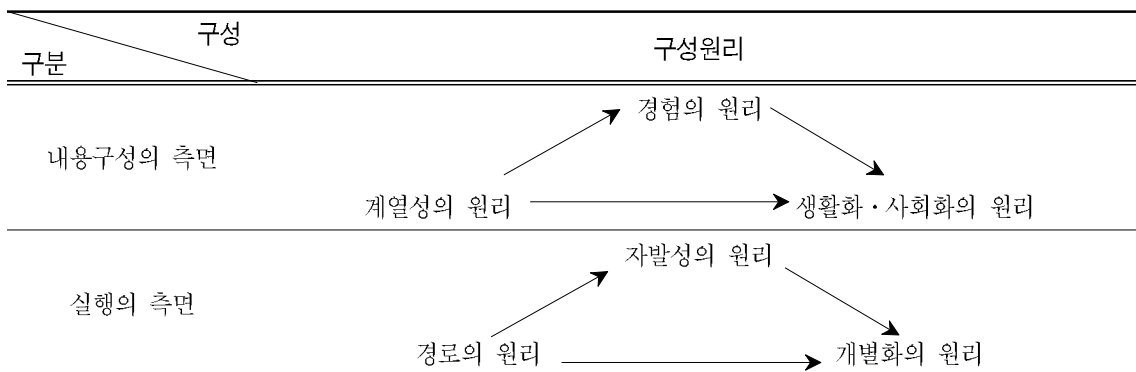
② 개별화의 원리

인생에 있어서 개인차가 가장 큰 시기가 노년기이다. 노인소비자들은 지적인 능력, 학력, 흥미, 성격, 경험적 배경, 가정환경, 건강상태 등에 있어서 그 차이의 폭이 넓다. 이처럼 개인차가 크기 때문에 같은 교육내용이라 하여도 개인마다 알아듣고 해석하는 것이 다를 수 있다. 따라서 노인소비자들의 집단교육은 많은 어려움을 초래한다. 가능한 한 소수의 인원으로 구성된 대상집단을 만들고, 이들의 인구통계적 배경을 간략하게나마 사전에 파악하거나 프로그램에 기대하는 요구도를 조사하여 이들 개개인의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 프로그램 실행방법을 찾는 것이 바람직하다.

③ 경로의 원리

노인소비자 프로그램 강사 및 운영자는 일반 프로그램에서와는 달리 대상자의 연령이 그들보다 많을 가능성이 높으며, 경우에 따라서는 대상자가 지닌 특정 분야의 경험이 더 많을 수도 있다. 그러므로 대상자인 노인소비자를 존중하는 마음과 자세, 태도를 가져야 하며, 예의 바르고, 친절하며, 겸손하고, 세밀한 점까지 신경을 쓸 수 있도록 배려해야 한다. 즉, 대상집단이 노인소비자들이 강사 및 운영자로부터 존경을 받고 있다고 느껴야 한다.

<표> 노년기 소비생활 프로그램 구성원리



2. 노년기 소비생활 프로그램의 구성과 주요내용

1) 구성체계

노인소비자를 위한 프로그램 구성원리에 기반하여 내용구성을 4가지 영역으로 구분하고 각 원리별로 내용 및 실행체계를 다음과 같이 계획하였다.

<표> 노인소비자를 위한 프로그램 내용구성체계

기준	주요원리	내용구성 1	내용구성 2	내용구성 3	내용구성 4
내용구성의 측면	경험의 원리	· 전화관측활동, 경로잔치, 체험관 등에서 의 피해사례 제시	· 사례를 통해 제화와 서비스 구매, 구매 후 환불, 취소, 정약 철회, 내용증명 방법 소개	· 상조업 피해사례 제시 · 상조업 관련 다양한 광고물 제시. 유사 체험환경 조성	· 소비자기본법의 주요내용 소개 · 올바른 구매의사 결정과정 가상사례로 체험
	생활화·사회화 원리	· 피해예방 생활수칙 안내	· 피해발생 시 상담 및 구제기관 안내		
	계열성의 원리	노인소비자 피해예방법	올바른 소비자상거래법	상조업 피해예방법	소비자 권리, 책임, 의무 구매 의사결정과정
실행의 측면	자발성의 원리	· 본인의 경험사례 중심으로 그룹토의 유도, 이후 토론 및 발표를 통해 간접체험 반복효과	중심으로 그룹토의 유도, 이후 토론 및 발표를 통해 간접체험 반복효과		
	개별화의 원리	· 동영상 활용, 실습, 퀴즈 등의 방식을 활용해 이해와 몰입을 증진시키고, 참여동기를 높임 · 각 주제별 프로그램 사전/사후 조사를 실시하여 효과를 측정하고, 개별 요구주제를 파악함		효과를 측정하고, 개별 요구주제를 파악함	
	경로의 원리	→			

2) 주요내용

노인소비자를 위한 소비생활 프로그램을 체계를 토대로 4가지 주제영역으로 나누고 그 내용구성 각각을 소개하면 다음과 같다.

① 주제1 영역 : 노인소비자 피해예방교육

주제1 영역은 노인소비자 피해사례를 중심으로 전화 관측활동, 경로잔치 및 체험관 등을 통한 상품판매의 부당행위에 대해 상황 인지와 피해예방을 위한 올바른 정보를 습득하도록 한다. 사례인지를 통해 본인의 피해사례 혹은 간접적 피해사례를 공유하고, 토론과 발표를 통해 유익정보를 자발적으로 학습하도록 유도한다.

노인소비자 피해에 관한 대중매체 동영상을 활용하거나, OX 퀴즈 문제풀이식으로 정보습득을 보조할 수 있다.

프로그램 기획 및 진행자는 소비자의 관점에서 노인을 바라보고 그 개념정의와 특성을 파악하여야 한다. 또한 이들의 소비생활상태와 현황에 대한 정보와 지식을 보유하고 있어야 한다.

② 주제2 영역 : 올바른 소비자 상거래방법

주제2 영역에서는 노인소비자의 소비양식에 대한 사례를 중심으로 상거래의 일반과정을 학습한다. 재화와 서비스의 구매과정 시 발생할 수 있는 계약취소와 환불, 청약철회에 관한 상식과 문제발생 시 대처방안으로서의 내용증명 방법을 인지하고 실습을 통해 간접적 체험이 이루어지도록 한다.

특히 방문판매, 전화권유판매, 다단계판매, 통신판매에서의 계약취소 시 발생할 수 있는 문제를 사례중심으로 소개하고, 이에 관한 피해예방 정보를 공유하면서 토론과 발표를 통해 학습의 내용을 숙지하도록 유도한다. 불공정거래나 소비자피해 발생 시 도움을 요청할 수 있는 신고처 및 상담·피해구제 기관을 소개하고, 내용증명에 관한 실습과 발표를 통해 우수발표자를 선정, 선물증정 등을 통해 고무적인 학습환경을 조성한다.

프로그램 기획 및 진행자는 소비자 피해보상규정의 의의와 피해보상규정의 일반적 기준을 파악하고 있어야 하며, 방문판매업자의 신고의무, 청약철회기한 등을 숙지하여야 한다. 프로그램 진행자는 노인 소비자들에게 유용한 정보를 제공하는 유관기관의 홈페이지를 소개하거나 관련정보를 찾을 수 있는 방법을 인터넷 교육방식을 활용해 체험하도록 유도하여도 좋다.

③ 주제3 영역 : 상조업 피해사례를 통한 소비자 상거래방법

주제3 영역은 최근 사회문제로 대두되고 있는 노인소비자 대상 상조업 피해사례를 다룬다. 선불식 할부거래로 이루어지고 있는 상조업에 관하여 실제사례를 중심으로 유사경험을 나누고 무엇이 문제인지 피해사례의 문제점을 토론 및 발표하도록 한다. 각 사례에 관한 토론과 발표를 통해 피해예방요령을 자연스럽게 학습하도록 유도한다.

프로그램 기획 및 진행자는 동영상과 광고자료를 활용해 노인소비자를 유사환경에 간접 노출시키도록 하고, 토론과 발표과정 중 우수발표자에 대한 시상 등을 진행하여 지루하지 않은 프로그램 환경을 조성한다. 진행자는 상조업 현황과 문제점, 관련법규를 숙지하여야 하며, 한국 상조업의 등장배경 등을 소개할 수 있도록 관련 정보를 습득함이 바람직하다.

④ 주제4 영역 : 소비자 권리, 책임과 의무, 구매 의사결정과정

주제4 영역은 노인소비자들에게도 동일하게 적용되는 소비자기본법에 근거한 소비자의 권리와 책임, 의무에 대한 학습, 구매의사결정과정의 간접체험과 실습 등을 다룬다. 노인소비자로서의 올바른 권리행사에 관한 사항, 그리고 책임과 의무에 기반한 올바른 소비, 구매과정에 대한 논의를 통해 이를 실생활에서 적용할 수 있도록 가상사례를 제시하도록 한다. 사례를 통해 소비와 구매계획과정을 간접체험하도록 유도한다.

프로그램 기획 및 진행자는 노인소비자의 학습동기를 높이고, 실천능력을 증진하기 위하여 동영상과 우수발표자 시상, 재화와 서비스의 구매환경 조성을 통한 체험방 등을 꾸며 간접경험이 이루어지도록 할 수 있다.

진행자는 노인소비자의 구매의사결정 과정과 그 과정상의 문제를 숙지하여 바람직한 과정으로의 유도방안을 여러 관점에서 모색할 수 있어야 한다.

<표> 노년기 소비생활 프로그램의 주요내용

영역	내용	구성		준비물
		내용	주요내용	
주 제 1	이런 경험 처음이세요? (노인소비자 피해예방교육)	도입(10분)	인사나누기, 마음열기	<ul style="list-style-type: none"> · 사례소개 PPT자료 · 노인소비자 피해 동 영상자료 및 동영상 시청가능한 기자재 · OX 퀴즈 선물
		전개①(15-20분)	가상사례 소개, 토론 및 발표	
		전개②(25-35분)	노인을 노리는 상술 소개 실버소비자 피해예방 수칙 학습	
		종결(10분)	소감나누기	
주 제 2	나두 알만큼 알아유~ (올바른 소비자 상거래방법)	도입(10분)	인사나누기, 마음열기 지난 수업 돌아보기	<ul style="list-style-type: none"> · 사례소개 PPT자료 · 내용증명 예시 자료 · A4용지와 펼기도구 · 우수 발표자 선물 · 잔잔한 음악
		전개①(30-35분)	가상사례 소개, 토론 및 발표	
		전개②(20-25분)	환불, 교환, 청약철회, 내용증 명 방법 가상실습	
		종결(10분)	소감나누기	
주 제 3	꽤썸한 녀들을 피하는 법 (상조업 피해사례를 통한 소비자 상거래방법)	도입(10분)	인사나누기, 마음열기 지난 수업 돌아보기	<ul style="list-style-type: none"> · 사례소개 PPT자료 · 잔잔한 음악 · 우수 발표자 선물
		전개①(15-20분)	상조업 소비자피해사례 1 소개, 토론 및 발표, 유의사항 학습	
		전개②(25-35분)	상조업 소비자피해사례 2 소개, 토론 및 발표, 유의사항 학습	
		종결(10분)	소감나누기	
주 제 4	세련된 실버세대의 노련한 쇼핑법 (소비자권리와 책임, 의무, 구매 의사결정과정)	도입(10분)	인사나누기, 마음열기 지난 수업 돌아보기	<ul style="list-style-type: none"> · 사례제시 PPT자료 · 구매의사결정 과정 관련 동영상자료 및 동영상 시청 가능한 기자재 · OX 퀴즈 선물
		전개①(10-15분)	소비자 권리와 책임	
		전개②(30-40분)	소비자 의무, 구매의사결정 과 정 학습	
		종결(10분)	소감나누기	

3. 지역사회 자원연계 구축과 프로그램 보급방안

개발된 프로그램의 주요내용은 선행연구를 통해 소개된 근거법령에 의해 다양한 전달체계를 통해 보급될 수 있다. 프로그램의 대상자가 전국 노인소비자의 경우, 지역마다 설치되어 있는 건강가정지원 센터, 혹은 지역별 소비자 단체를 통해 보급될 수 있으며, 특히 노년기 가족생활 프로그램의 일환으로 구성될 경우, 노인의 가족관계 증진을 위한 의사소통교육, 인간의 생애주기 말에서의 생활과업으로 거론될 수 있는 죽음준비교육, 건강생활교육 등의 주제와 함께 기획될 수 있다.

국가의 가족정책 전달체계를 통해 건강가정지원센터를 통해 노인소비자의 소비생활 프로그램을 보급할 경우, 가정의 건강성 증진을 목표로 프로그램 기획 사전단계에서 노인만이 아닌, 그 가족구성원이라 볼 수 있는 다양한 연령대의 이용자를 통해 노인소비자를 위해 프로그램으로 기획할 수 있는 주요주제에

대한 요구조사를 실시할 수 있으며, 그 결과에 따라 주제 선별과 프로그램 회기수를 조정할 수 있다.

또한 건강가정지원센터만이 아닌 지역사회 노인관련 유관기관 및 단체와의 연계 및 협조체계망을 통해 대상자를 모집하여 프로그램을 기획할 수 있는데, 이 경우 주요대상인 노인소비자들의 인구통계적 특성과 유사프로그램의 참여경험, 지역별 특수성을 고려하여 주제와 진행방식에 대한 수정보완이 이루어져야 할 것이다.

소비생활주제로 프로그램을 진행할 강사의 경우, 노인소비자의 행동 및 태도특성을 고려하여 관련주제로의 상담 및 교육 경험이 다수인 자가 바람직하며, 지역사회 내 녹색소비자연대 및 한국소비자원의 강사풀을 활용하여 투입함이 권장된다.

V. 요약

본 연구는 고령사회로의 진입속도가 가속화되고 있는 요즘, 노인소비자의 생활상담이 증가하고, 이들의 소비자로서의 기능과 역할이 점차 중요시되고 있는 현실을 직시하여, 개인, 지역사회, 국가적 차원의 지원체계마련 1단계로 소비생활 프로그램 개발을 시도하고 전국 차원의 활용과 보급방안을 제시하고자 하였다.

연구는 2008년 6월부터 시작되어 2009년 5월 현재까지 진행되어진 내용으로 선행연구고찰을 통해 프로그램 구성원리와 체계를 제시하고, 지역사회 자원 연계망을 통한 프로그램 활용 및 보급을 제안하였다.

결과적으로 노인소비자 소비생활 프로그램 개발을 위한 구성원리로는 내용구성 측면에서 3가지, 즉 경험의 원리, 생활화·사회화의 원리, 계열성의 원리를 도출하고, 실행의 측면에서는 자발성의 원리, 개별화의 원리, 경로의 원리 3가지를 도출하였다. 그 다음으로 소비생활 주제는 총 4개 영역으로 나누어 프로그램 개발을 시도하였으며, 주요내용과 준비사항을 제시하고, 전국 노인소비자를 대상으로 프로그램을 활용·보급할 수 있도록 건강가정지원센터와 유관단체와의 자원연계망 및 협조체계를 제안하였다.

이러한 결과를 토대로 향후 구체적인 프로그램 효과 검증과정을 거쳐 노인소비자를 위한 일반 프로그램으로 보급·확대될 필요가 있으며, 1차적으로 건강가정지원센터의 노년기 가족생활교육 프로그램 주제에 포함하여 단계적이고 융통적으로 실시되어야 한다.

[참고문헌]

- 김은주(2008). 노인상담의 현황과 활성화 방안. 2008년 한국노년학회 춘계학술대회 발표 자료집, 67-88
보건복지가족부(2008). 노인소비자 권익보호를 위한 토론회 자료집
이승신·김시월(2004). 소비자 그리고 소비문화. 서울:신정
정순희(2007). 소비자학 프로슈머론-이론과 실제. 서울:신정

이기춘(2000). 소비자교육의 이론과 실제. 서울:교문사

심영(2005). 정보사회의 노인 소비자를 위한 생산적 복지 지향의 소비자 교육 방안. 소비자학연구,
16(1), 151-178

김동환(2008). 실버산업론. 서울:나눔의 집

법률 제8852호. 고령친화산업 진흥법

법률 제8983호. 소비자기본법

고령친화 사회환경 조성을 위한 노년기 프로그램 개발 : 건강가정지원센터 활용 소비생활 주제를 중심으로

강 혜 경(동의대학교 보육·가정상담학과 교수)

고령사회로 진입하고 있는 현 시점에서 소비생활 관련 노년기 프로그램 개발 및 보급방안을 모색한 본 논문은 노인복지를 위해 시의적절하게 연구되었으며, 연구결과의 사회적 기여도가 크다고 생각한다. 계속적으로 연구를 심도있게 진행시켜 연구결과의 사회적 공헌이 이루어지길 바라며, 토론자로서 본 연구자가 고려해야 할 몇 가지 점들을 같이 생각하고자 한다.

첫째, 연구제목을 살펴보자. ‘고령친화 사회환경 조성을 위한 노년기 프로그램 개발’이라고 하고 부제목으로 ‘건강가정지원센터 활용 소비생활 주제를 중심으로’ 라고 하였는데, ‘고령친화 사회환경 조성을 위한’ 과 ‘소비생활 주제를 중심으로’ 라는 언급은 필요치 않다고 보인다.

많은 연구들에서 부제목을 두고 있는 실정이지만, 가능하면 연구제목에는 부제목을 따로 두지 않는 것이 바람직하다. 연구제목을 ‘건강가정지원센터를 통해 활용할 수 있는 노년기소비자 프로그램 개발’ 이라고 한다던가, 소비자단체 등에서도 활용할 수 있는 프로그램이므로 일부러 건강가정지원센터 활용이라는 언급은 없어도 무난할 것 같다.

둘째, 연구가 진행 중인 상태이므로 논문으로 작성하기 위해서는 이론적 배경의 선행연구 고찰이 부족한 상태이고, 연구방법 등의 서술도 보완되어야 할 점이 있어 다양한 이론적 고찰 및 참고문헌 등의 보완이 필요하다.

셋째, 소비자로서의 ‘노인’, 정의와 특성에 대해 살펴보자. ‘노인복지법에서는 노인을 65세 이상으로 규정하고 있다.’라고 서술하고 있는데, 실제 노인복지법에서는 노인에 대해 65세 이상으로 규정하고 있지 않다. 노인복지법에서는 노인에 대한 정의를 언급하지 않고, 다만 생업지원(노인복지법 제25조)에서는 65세 이상의 자의 신청이 있는 경우 이를 우선적으로 반영하여야 한다. 경로우대(노인복지법 제26조)에서는 65세 이상의 자에 대하여 공공시설을 무료로 또는 이용요금을 할인하여 이용하게 할 수 있다. 라고 제시되어 있다. 그러므로 노인을 나이로 규정하지 않고, 노인 중 65세 이상인 자에게는 경로우대를 국가에서 하고 있음을 인식해야 한다.

노인의 특성 중 행동특성으로 소극적이며, 수동적, 내향적 성향이 증가하는 현상과 움직임이 제한적이고, 경직성이 강한 특성과 자신을 위한 교육투자욕구가 증가현상을 보인다고 서술하였는데 교육투자욕구가 증가하는 현상과 앞의 설명과는 상반되는 특성으로 간주되므로, 이에 대한 설명 또는 특성을 수정·제시할 필요성이 있다. 물론 학자마다의 이견을 고려해야 하겠지만 연구자가 서술한 특성에 대해서는 연구자 자신의 설명이 필요하다.

넷째, 노인의 소비생활 실태를 보건복지가족부의 조사결과로 제시하고 있는데, 다양한 선행연구를 살펴보아 소비생활 실태를 제시할 필요성이 있다.

다섯째, 연구자는 노인소비자보호 및 교육을 위한 근거법률로 고령친화산업 진흥법과 소비자기본법을 제시하였는데, 노인복지법도 추가로 제시할 필요성이 있다. 노인복지법의 제1조 목적에서는 ‘이 법은 노후의 생활안정을 위하여 필요한 조치를 강구함으로써 노인의 보건복지증진에 기여함을 목적으로 한다.’ 제2조 기본이념 제2항에서는 노인은 그 능력에 따라 적당한 일에 종사하고 사회적 활동에 참여할 기회를 보장받는다. 등의 법률조항들은 노인의 소비자보호 및 교육을 위한 근거법률이 될 수 있다.

여섯째, 주요원리 및 구성체계 도출에 대한 서술에서 정확한 출처제시가 되어 있지 않다.

일곱째, 프로그램 내용구성의 원리와 실행의 원리를 정확하게 제시하고 있음을 알 수 있다. 프로그램의 주요내용을 살펴보면, 주제 4개 모두 실제 PPT자료를 통한 사례소개를 하고 있다. 사례소개를 하는 강의가 될 것인데 이를 어떻게 경험과 연결시킬 것인지, 사례소개에 들어가는 시간만 해도 상당할 것 같은데 15-20분, 많게는 30분 정도에서 사례소개와 함께 토론 및 발표까지 이끌어 갈 수 있을지에 대한 연구자의 고민 및 이에 대한 상세한 설명이 필요하다.

여덟째, 지역사회 자원연계 구축과 프로그램 보급방안에 대해 살펴보자.

지역별 건강가정지원센터와 소비자단체를 통해 보급 될 수 있다고 서술하고 있고, 건강가정지원센터를 통한 다양한 주제선정 및 프로그램 회기수 등의 방안을 제시하고 있다. 소비자단체를 통해서도 보급할 수 있는 노인소비자 프로그램이므로, 연구제목에서 건강가정지원센터 활용이라는 언급을 하지 않는 것이 바람직하다.

유익한 노인소비자 프로그램 개발을 통해 노인소비자들에게 적절한 소비자교육 기회를 제공하는 연구 결과가 되길 기대한다.