

# 소비자 불만족 및 통제소재에 의한 불평행동에 관한 연구

—냉장고 구매후 행동을 중심으로—

## A Study of Dissatisfaction of Consumers and/or Complaining Behavior Due to Locus of Control

이화여자대학교 가정관리학과  
부교수 문 숙 재  
대학원생 정 순 희

*Dept. of Home Management, Ewha Womans Univ.*

Associated Prof.; **Sook-Jae Moon**

Graduate School Student; **Soon-Hee Joung**

<목 차>	
I. 서 론	VI. 연구방법
II. 이론적 배경	V. 결과 및 해석
III. 연구모형의 구성 및 연구문제	VI. 요약 및 제언 참고문헌

### <Abstract>

In this study a series of approaches have been made to find out how complaining behavior would show according to the conviction in the locus of control as to where the general contents dissatisfied by consumers and the dissatisfied consumers would place the responsibility for the consequence of behavior and to test the difference of complaining behavior pursuant to demographic variables (housewives' ages, the educational levels of housewives, housewives' jobs and the monthly average income of household) and the complaining behavior.

The results of this study are described as follows:

1. The consumers have largely attributed the locus of responsibility for their dissatisfaction following the purchase of refrigerators to the relevant manufacturers, advertizers, consumer(herself) and distributors, and as for the dissatisfaction by an attribute of refrigerator, a high level of dissatisfaction was revealed on the price and items of properties.
2. There was no difference in the complaining behavior of consumers pursuant to the demographic features.
3. It was revealed that there were many consumers, among these respondents to questionnaires, who have actually shown their complaining behavior, while most of them would act in the form of private behavior, because the cases of acting positive

way of public behavior, even though they were apt to show complaining behavior, appears to be extremely rare.

4. A significant difference was shown in the complaining behavior pursuant to the conviction in the locus of control.

## I. 서 론

인간은 생존유지와 경제적 복지를 위해 다양한 재화와 용역을 구입하고 이를 소비함으로써 욕구를 충족시킨다. 인간의 소비는 그 자체가 목표라기 보다 소비생활을 통하여 만족감을 획득하는 것이 최종의 목표라고 할 수 있다.

이러한 인간의 행동은 행동과학적 입장에서 보면 “욕구의 인지, 정보수집, 대안평가, 해결안의 결정, 사후평가”라는 기본적인 문제해결과정<sup>1)</sup> 즉 일련의 의사결정과정으로 설명되는데 이것이 소비자의 구매행동과 연결될때 구매의사결정과정은 제품구매결정으로 끝나는 것이 아니며, 소비자가 제품을 구매하고 사용하면서 자신의 구매결정을 평가하게 됨을 의미한다. 소비자는 그 평가의 결과로 만족하기도 하며 불만족하기도 하고 어떤 소비자들은 만족을 유지하려고 불평행동을 하기도 한다.

미국에서는 1967년이래 소비자 만족·불만족에 대한 개념적·실증적 연구가 계속되었고 소비자만족연구의 독립된 한 분야로 소비자의 불만표출행동으로서의 불평행동에 대한 연구 역시 그 관심이 꾸준히 증대하고 있다.

소비자 불평행동은 경제적인 시각에서 보면 사회의 제한된 자원배분을 조정하기 위해 생산자에게 보내는 신호(Signal)로서 소비자의 구매선택이 완전해지도록 보충해 주며, 경영적인 시각에서는 시장전략을 유도하는 잠재적 가치가 있는 정보이다. 또한 공공정책적 시각에서보면 소비자보호 및 시장규제프로그램(market regulatory program)의 개발과 목표달성을 도울 수 있다<sup>2)</sup>. 결국 소비자 불평행동은 소비자, 생산자 및 공공정책적 차원에서 모두 필요한 것이며 무엇보다도 소비자차원에서의 불평행동은 소비자 개인이 생각하고 있는 제품에 대해서 일반소비자들이 어떻게 생각하고 있는가 하는 정보를 제공함으로써 소비자의 의

사결정을 개선시킬 수 있다는 점에서 의미가 있다.

그러나 소비자불평행동의 중요성에도 불구하고 지금까지 우리나라에서 이루어진 불평행동에 관한 연구들은 제품수준에 따른 만족 또는 불만족, 그리고 불평집단과 불평하지 않는 집단의 구별등에 관심을 두어 주로 소비자불평행동의 발생범위와 인구통계학적 집단에 따른 불평의 변동(Variation)에 초점을 맞추었기 때문에 소비자 불평행동에 영향을 미치는 다른 변수들에 대한 연구는 미비한 실정이다. 단지 몇몇 연구자들만이 소비경험에 대한 소비자의 반응에 영향을 미치는 요인들을 이해하기 위해 심리학으로부터 몇가지 개념을 불평행동에 도입시켰는데 일반적으로 이런 심리적 변수들은 불평행동의 본질과 기본이 되는 과정을 파악하는데 있어 기술적인 인구통계학적 변수보다 더 강한 설명력을 가진 것으로 인식되고 있다<sup>3)</sup>.

그중 특히 내·외통제의 성격개념은 소비자불평행동의 결정요인으로서 그 유용성을 기대할 수 있다.

자극 또는 요인을 활용하여 특정행동의 발생빈도를 증가시키는 것이 강화라고 할때 강화는 행동의 주요한 결정요인으로 제안된다.

강화의 발생을 자신이 통제할 수 있다고 느끼는 사람과 자신이 통제할 수 없다고 느끼는 사람과는 행동에 있어 차이가 있게 되는데 이런 통제소재의 성격개념은 불평행동과 관계되는 것으로 간주된다. 즉 소비자가 구매한 제품이나 서비스에서 경험한 문제점이나 불만족에 대해 자신이 극복할 수 없는 것이라 생각하는 소비자와 극복할 수 있다고 생각하는 소비자는 분명히 상이하게 행동할 것이다.

이에 본 연구에서는 소비자가 행동에 대한 판단의 근거를 이디에 두는가에 관한 통제소재와 행동의 결과로서 불평행동이 어떻게 나타나는가를 설명하고자 한다. 따라서 소비자입장에 연구의 초점을 맞추어 소비자 불만족 및 불평행동과 통제소재의 성격개념에 관련된 일반적인 내용을 이론적으

로 고찰하고 이를 근거로 실증적 조사를 실시하여 그 결과를 기초로 소비자의 불평행동에 대한 본질적인 이해를 증진시키고자 하는데 본 연구의 목적이 있다.

## II. 이론적 배경

### A. 소비자 만족·불만족

소비자 만족·불만족개념은 소비자행동연구에서 소비자 구매의 사결정과정의 결과변수로 나타난다. 불만족에 관한 대부분의 연구에서는 불만족을 시장활동과 불평행동간의 매개(intervening) 변수로 간주하면서 기대(expectations)와 지각된 보상만족(perceived reward satisfaction)간에 부정적 불일치가 있을때 불만족이 발생하게 되며 만일 기대와 충족이 서로 일치하거나 또는 긍정적으로 불일치한다면 반대로 만족을 조래하게 된다고 보고 있다.

Miller<sup>42)</sup>는 소비자 만족·불만족을 제품에 대한 기대수준과 지각된 성과수준의 상호작용으로서 생긴다고 보았고 같은 맥락에서 Handy<sup>63)</sup>는 만족·불만족을 소비자가 생각하는 이상적인 제품속성들의 배합과 실제제품속성들의 배합의 차이로 보았다.

한편 Howard & Sheth<sup>64)</sup>는 소비자가 구매상황에서 제공한 희생의 댓가에 대해서 부적절하게 보상받았다고 하는 인지적 상태를 불만족으로 정의함으로써 희생과 보상간의 문제로 이해하고 있다.

또한 Westbrook<sup>72)</sup>은 소비자 만족·불만족을 소비자들이 제품이나 서비스를 구매·비교·평가·선택하는 과정에서 경험하는 평가의 좋고 나쁜 정도라고 정의하면서 그것을 극히 다차원적이고 포괄적인 개념으로 시사하고 있다.

결국 만족·불만족이란 제품이나 서비스의 탐색 획득·소비·처분등을 포함하는 제반 소비자행동의 결과와 관련된 평가적 반응이라 할 수 있으며 그러한 결과는 흔히 기대의 충족정도를 기초로 평가하게 된다. 물론 여기에는 기대 이외에도 다른 형태의 평가적 기준이 있을 수가 있다. 가령 이상적으로 추구된 결과 혹은 수용가능하다고 생각되는 최소한의 결과와 같은 것이 그것인데 이들과

지각된 결과가 부정적으로 불일치할 때도 불만족은 야기되는 것이다<sup>82)</sup>.

### B. 불평행동

Richins<sup>83)</sup>는 불만족한 소비자가 보일 수 있는 반응을 크게 반복구매행동, 불평행동, 구전(Word-of-mouth)의 3가지로 분류하여 불평행동을 불만족에 대한 행동적 반응으로 표현하였으며 Landon<sup>10)</sup> 불평행동을 “책임있는 관계자에게 소비자의 입장을 주장하는 불만족의 표현”으로 정의하였다. 결국 소비자 불평행동이란 제조회사나 마케팅에 대해서 또는 관련된 제 3자의 조직적인 존재에 대해 상품과 서비스에 대한 부정적인 느낌을 전달하는 것과 관련된 개인의 행동으로서 정의된다.

불평행동은 제조업자, 소매업자, 판매원 또는 광고등을 대상으로 이루어질 수 있는데 제품에 대한 불평행동은 논란의 대상이 되는 제품의 구매자 뿐만 아니라 비구매자에 의해서도 취해질 수 있다.

구매자가 그 제품을 사용하는 것이 일반적일 경우이긴 하지만 그 제품을 구매하지 않은 개인들도 그것을 사용할 기회를 가질 수 있으므로(Users) 그 제품(특히 사용하는 동안에 기능장애가 발생했을때)에 대해 불평하게 된다. 또한 구매자인 동시에 사용자인 개인은 단지 사용만 하는 사람들보다 더 불평을 하는 경향이 있다<sup>11)</sup>.

그러나 불평행동을 하는 경우에 있어서도 그것이 구매중지결정이나 친구에게 경고하는등의 사적 행동이나 아니면 판매업자에게 보상을 받으려고 하는 노력 및 제 3자 개입을 통한 공격행동이나 또는 주어진 각 행동대안을 어떻게 선택, 배합하느냐에 따라서도 그 불평행동은 자기 다른 양상을 보이게 되며 그 불평행동의 진행방향은 소비자개인, 시장활동, 그리고 주어진 상황등 세가지 관련 요인에 따라 결정된다.

이러한 불평행동을 예측하고 설명할 수 있는 것으로 불평의 비용(Cost)과 이익(benefits)을 고려할 수 있다. 만일 소비자개인이 손해나 심한 불편을 겪어 매우 불만족하였다해도 이것이 낮은 가격의 제품이나 서비스라던 대부분의 소비자는 불평행동을 하기 위해 실제적인 시간과 노력, 금전적 경비등을 지불할 의도가 없으며 혹시 불평행동을 취하는 것이 손쉽고 편리할 때는 다소의 소비자가

보상을 요구하거나 다른 행동들을 취하게 된다는 것이다.

어떤 형태의 행동을 취하길 원하는 소비자들에 의해 상표나 상점전환, 구전과 같은 비교적 비용이 적게 들어가는 사적행동은 빈번히 사용될 것이나 보상을 요구하거나 공적으로 불평하는데 드는 시간과 노력을 기꺼이 부담하면서 행동을 취하는 소비자는 거의 없다.

한편 지나친 금전적 경비, 일상생활의 불편, 재산상의 피해, 그리고 개인적인 피해와 관련된 소비경험을 하였다면 소비자는 보다 적극적인 행동을 취하게 된다<sup>12)</sup>.

불평행동차이는 불만족의 책임에 대한 귀인의 심리적 구조속에서 검토되기도 하는데 실제로 어떤 제품문제는 제조업자 또는 소비자에게 요인이 있을 수 있으며 또는 소비자와 제조업자 양자의 통제범위를 벗어난 요인이 있을 수도 있다. 대부분의 소비자는 그런 상황하에서 그 책임을 개인적인 과실에 보다는 다른 것 때문이라고 생각할 것이다. 만약 문제의 책임이 그 자신에게 귀인한다면 아무런 행동도 취하지 않을 가능성이 높지만 반대로 외부에 귀인한다면 어떤 형태로운 불평행동을 취하려 할 것이다<sup>13)</sup>.

불평행동은 소비자들간 불평성향(complaining propensity) 차이에 의해서도 달라질 수 있다. Warland & Herrman & Willits<sup>14)</sup>는 소비자불만족과 관련된 불평행동연구에서 소비자의 낮은 비율만이 불평행동을 나타내는 이유를 심리적 특성 보다는 교육, 수입, 사회계층의 인구통계학적 특성에 있다고 하였으며 Gronhaug & Zaltman<sup>15)</sup>은 젊고 사회적 참여수준이 낮은 소비자일수록 불평성향이 높은 반면에 교육, 사회계층, 수입등 인구통계학적 특성과는 관계가 없다고 밝혔다.

또한 김은미<sup>16)</sup>는 연령, 직업, 교육, 가정의 월평균수입의 인구통계학적 변수중 그 어느것도 불평행동의 차이를 설명하지 못했다고 하였으며 송영식<sup>17)</sup>은 소비자 불평행동은 직업, 수입, 결혼연수등과는 유의미한 관계가 있었으나 학력과는 유의미한 관계가 없었다고 밝혔다.

이외에도 불평행동에 영향을 미치는 개별적이고 상황적인 요인들이 있는데 즉 독단성, 통제소재,

자신감 등을 포함한 성격특성, 초래된 문제의 심각성, 구매의 중요성, 그리고 불평에 대한 판매업자의 책임인식등이 그것이다.

### C. 통제소재와 불평행동

성격은 환경의 자극에 대한 일관된 반응으로 행동의 반응을 결정하는 개인의 특정패턴이다<sup>18)</sup>. 즉 행동의 전형성 혹은 재발하는 형태를 결정하는 특성의 조직이나 환경에 독자적으로 적응할 수 있게 하는 개인의 특성이나 행동양식의 총합체인 것이다.

소비자행동연구자들은 이러한 성격구성 개념을 가지고 소비자행동에 대한 이해를 증진시키기 위해 지속적으로 노력해 왔으며 최근 불평행동과의 관계연구에 초점을 맞추고 다양한 접근법과 처리기법을 사용해서 성격에 따른 소비자의 불평행동차이를 발견했다<sup>2,19)</sup>.

그러나 성격특성과 불평행동과의 관계에 대한 연구는 많지 않은데 그중 Faricy & Mazis<sup>20)</sup>의 연구는 소비자불만족에 대한 전반적 구성개념의 일부로서 불평경향의 측정법을 개발하여 그것이 Ro-keach'의 독단주의(dogmatism) 척도에 관계된다는 점을 발견했다. 그러나 그들은 불평경향이 통제소재에 관계된다는 점을 발견하지는 못하였다.

Wall & Dickey & Talarzyk<sup>21)</sup>는 개인적 특성과 내적영향요인인 불만족경험이나 성능문제와 같은 변수들보다도 소비자의 불평행동에 더 많이 관계된다고 하였으며 Landon<sup>10)</sup>은 성격특성을 “불평성향”(Propensity to Complain)이라고 칭하면서 제품 상황에 관계없이 어떤 소비자들은 다른 소비자들 보다도 더 높은 불평성향을 갖는다고 하였다.

한편 Best<sup>22)</sup>는 불만족한 소비자의 불평강도에 영향을 미치는 요인으로 개인의 성격을 말하였고 Ward & Robertson<sup>23)</sup>은 소비자행동을 이해하기 위해서는 인구통계학적 변수이외에도 성격변수에 대한 조사가 포함되어야 하는 점을 지적하고 있다.

이러한 배경에서 볼때 소비자의 성격구성개념중 소비자의 통제소재신념은 불평행동에 영향을 미치는 것으로 생각할 수 있다.

**1. 통제소재**

통제소재 (locus of Control)의 개념은 Rotter 에 의해 성격에 대한 사회학습이론으로부터 발달한 것인데<sup>24)</sup> 행동의 결과에 대한 책임을 어디에 두느냐에 따라 내·외재적 통제소재로 나뉘어진다.

개인이 행동후에 나타나는 어떤강화를 전적으로 그의 행동에 달린 것이 아니라고 지각하는 경우 그 강화는 행운, 기회, 운명이나 힘이 센 타자의 지배, 또는 그를 둘러싸고 있는 힘이 너무 많고 복잡해서 도무지 예측할 수 없기 때문으로 해석하는데 이러한 생각을 외재적 통제에 대한 신념이라고 한다. 만일 개인이 어떤 사건을 자신의 행동이나 자신의 고정적인 특성에 의한 것으로 생각했다면 이러한 생각을 내재적 통제에 대한 신념이라고 한다<sup>25)</sup>.

여기에 내·외재적 통제는 개인의 성격전체를 양분하는 것이 아니라 성격의 특성영역 즉 내·외재적인 단면을 보는 것으로 해석되어야 할 것이다.

**2. 통제소재와 불평행동과의 관계**

통제소재는 개인이 어떤 통제신념을 갖느냐에 따라 그의 성격, 인생관, 어떤 성취에 대한 태도 및 노력등이 달라지므로<sup>26)</sup> 이에 따라 소비자의 반응인 불평행동에 있어서도 상이한 형태를 취하게 된다.

Settle & Golden, Zaichkowsky & Liefeld 는 불평편지를 쓴 경험이 있는 소비자와 그렇지 않은 소비자를 구별하여 그 두 집단을 연구한 결과 통제소재나 자신감에 의해서는 차이가 나타나지 않았으며 만약 관계가 있다 하더라도 그 관계는 매우 미약할 것이라고 밝혔으며<sup>27)</sup> 이는 Zikmund & Miller<sup>27)</sup>에 의해서도 지지되었다.

반면에 Landon<sup>10)</sup>은 개인이 그 자신의 행동은 자신에게 달려 있다고 믿고 스스로의 결정기능으로서 자신에게 일어나는 것이 무엇인가를 지각하는 소비자는 그들의 운명이 외적 근원(sources)에 의해 지배된다고 믿는 소비자보다 더 불평을 하는 경향이라고 함으로써 내적통제자가 외적통제자보다 더 불평경향이 강함을 발견하여 불평행동연구에서의 통제소재적용의 타당성을 보였다.

Lambert<sup>28)</sup>는 자신의 높은 통제능력을 인식하고 있는 소비자는 낮은 통제능력의 소비자보다 더 불

평을 하는 경향이라고 했다.

Morris<sup>29)</sup>는 불평소비자는 자기주장이 강하고 사회적 참여수준이 높으며 대인관계 영역에 있어서 적극적으로 활동하는 사람이다라고 하여 일반적으로 내적통제자일수록 사회활동에 더 많이 참여하고 실질적인 행동주의자라는 선행연구들의 결과<sup>30)</sup>와 일치함을 보였다.

Warland & Herman & Willits<sup>4)</sup>는 불평하지 않는 소비자에 대한 연구결과 그들이 자신의 행동에 대해 무력감(powerlessness)을 느끼는 것으로 파악하여 대체로 외적통제자들이 사건의 결과를 통제하는데 무기력하다는 생각을 갖고 있어 근본적으로 노력하거나 하지 않거나 간에 결과는 마찬가지라고 생각한다는 통제소재연구들<sup>24, 32)</sup>과 견해를 같이하고 있다.

또한 내적통제자들이 자신의 불만족스러운 경험을 극복하기 위해 더 적극적으로 불평행동을 하리라는 것을 추정할 수 있는 근거는 통제소재에 대한 선행연구들의 결과에서 뚜렷이 찾아 볼 수 있다.

Butterfield<sup>33)</sup>는 자기응답(self-report)방법을 사용한 연구에서 통제소재경향과 반응사이에는 중요한 상호작용이 있음을 밝히면서 피험자가 내적통제자일수록 좌절에 더 건설적인 방법으로 대응하며 반면 피험자가 외적통제자일수록 좌절상황에 건설적인 방법으로 대응하지 못한다고 했고 Kraus & Blanchard<sup>34)</sup>는 통제소재와 위협부담행동간의 관계에 대한 연구에서 내적통제자들이 외적통제자들보다 더 신중을 기하며 동시에 더 많은 위협부담행동을 보인다고 밝혔다.

Miller & Minton<sup>35)</sup>은 외적통제자들이 자신감이 부족하며 낮은 통제능력을 갖는 것으로 보인다고 하였으며 Williams & Stack<sup>36)</sup>은 내재적 통제자가 자신의 환경을 수정하고 통제하는데 더욱 활동적인 역할을 한다고 하였다.

결국 내·외통제에 대한 연구결과들을 보면 대체로 내재적 통제자는 생에 대하여 적극적이고 자신의 능력과 비례하는 성취행동을 하고 그들 자신을 유능하고 자주적인 것으로 본다.

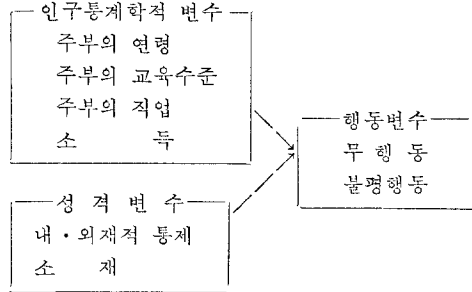
이에 반해 외재적 통제자는 통찰력과 자신감이 결여되어 있으며 혐오적인 상황을 피하거나 도전을 받아들이는데 무기력하고 수동적임을 나타내고

있다.

위의 결과들을 종합해 볼 때 내적 통제자들이 자신들의 불만족경험을 통제할 수 있는 것으로 보고 이런 장애를 제거하기 위한 불평행동을 더 많이 하는 경향임을 암시한다.

### Ⅲ. 연구모형의 구성 및 연구문제

위와같은 이론적 고찰을 바탕으로 본 연구는 통제소재신념 및 이에 따른 소비자들의 불평행동 차이에 초점을 두고 소비자들의 불평행동에 영향을 미치는 요인을 인구통계학적 변수와 성격변수로 나누어 다음과 같은 모형을 설정하였다.



이상의 연구모형을 토대로 설정한 연구문제와 그에 따른 가설은 다음과 같다.

**연구문제 I.** 인구통계학적 변수의 각 수준에 따라 불평행동에는 차이가 있는가.

**가설 1.** 인구통계학적 변수의 각 수준에 따라 불평행동에는 유의한 차이가 없을 것이다.

**연구문제 II.** 통제소재와 불평행동간에는 차이가 있는가.

**가설 2.** 통제소재에 따라 불평행동에는 유의한 차이가 없을 것이다.

본 연구에서는 실증적 연구의 대상으로 냉장고를 택했는데 이는 냉장고가 첫째, 일상생활의 필수품으로 도시가정에 보편적으로 구비되어 있는 점, 둘째, 소비자들의 불평행동을 유도할 수 있는 비교적 높은 가격의 내구재라는 점, 셋째, 대기업에 의한 계획적 대량생산에 의해 제품이 표준화되어 있다는 점등이다.

## Ⅳ. 연구방법

### A. 조사도구

본 연구에서 사용한 설문지는 인구통계학적 특성에 관한 문항, 불만족내용과 불만족책임귀인에 관한 문항, 불평행동에 관한 문항, 통제소재에 관한 문항으로 구성되어 있다.

그 문항의 내용과 작성근거는 다음과 같다.

#### 1. 인구통계학적 특성

인구통계학적 특성은 주부의 연령, 교육수준, 직업, 소득등의 내용으로 구성되어 있으며 이중 교육수준은 김영모<sup>37)</sup>의 분류를, 직업은 홍두승<sup>38)</sup>의 분류를 근거로 사용하였다. 특히 주부의 취업 여부에 따라 취업한 경우는 1점, 취업하지 않는 경우는 0점을 주어 가변수(dummy Variable) 처리하였다.

#### 2. 불만족내용과 불만족책임귀인에 관한 문항

냉장고의 속성별 만족·불만족에 대한 것이 20 문항으로 이 중 가격, 성능 및 디자인에 관한 것이 7문항, 편이성 및 평판에 관한 것이 8문항, 안전 및 서비스에 관한 것이 5문항으로 구성되어 있으며 이는 박명희<sup>39)</sup>의 연구를 참고하였다. 측정은 “아주 만족하다” “약간 만족하다” “보통이다” “약간 불만족하다” “아주 불만족하다”의 5점 Likert type 척도에 따라 1점에서 5점까지 각각 점수화하였으며 불만족경험을 전체적으로 평가하는 1문항, 불만족책임귀인에 대한 6문항으로 되어 있다. 책임귀인은 자기 자신에게 귀인하는 경우(1문항)와 외부요인에 귀인하는 5문항으로 평가하고 “전혀 없다” “별로 없다” “간혹 있다” “꽤 많다” “매우 많다”의 5점 Likert type 척도에 따라 점수화하였으며 분석의 편의를 위해 내적귀인과 외적귀인의 비중이 같아지도록 외적귀인 5항목간 점수를 조정하였다.

#### 3. 불평행동에 관한 문항

불평행동은 Lawther & Krishnan & Valle<sup>40)</sup>의 연구를 참고하였고 예비조사를 통하여 우리나라 소비자에게는 적절하지 않은 문항을 삭제하고 소비자 반응을 무행동, 사적행동, 공적행동의 세가지 유형에 대해 문항으로 측정하였다. 이중 무행동을

제의한 사적행동과 공적행동을 불평행동으로 보아 평가하였으며 점수화는 역시 5점 Likert type 척도로 하였다.

**4. 통제소재에 관한 문항**

주부소비자의 내·외제적 통제경향을 측정하기 위한 도구로는 Nowicki & Strickland<sup>(41)</sup>의 연구에서 성인에서 타당하다고 여겨지는 문항을 발췌, 번안, 수정하고 윤태림<sup>(42)</sup>의 「한국인의 성격」의 항목을 첨가하여 연구자가 재작성하였다(신뢰도  $r=.87$ ).

최도의 구성은 개인적 특성에 관한 것이 9문항, 목표에 관한 것이 6문항, 개인적 관심에 관한 것이 3문항, 대인관계에 관한 것이 13문항, 사회성에 관한 것이 2문항, 습관에 관한 것이 7문항으로 모두 40문항이며 내적통제문항과 외적통제문항으로 각각 나누어진다. 검사의 반응은 “그렇다”와 “아니다”라는 두개의 답중 하나에 응답하도록 하는 선택형으로 만들어 채점은 외적 통제적인 반응에 “그렇다”라고 답하면 1점, 내적 통제적인 반응에 “그렇다”라고 답하면 0점을 주었다. 각 개인의 내외통제점수는 외적 통제적으로 답한 문항의 수를 합한 것이 된다. 그래서 내외통제점수가 1점에서 20점사이이면 내적 통제자, 21~40점이면 외적 통제자로 구분하였다.

**B. 표집대상 및 자료수집**

본 연구의 조사대상은 5년 이내에 냉장고를 구매 사용한 경험이 있는 서울시에 거주하는 주부로 한정하였다. 예비조사는 1987년 8월 24일부터 8월 28일까지 50명의 주부를 대상으로 실시했으며 예비조사의 결과를 기초로 설문지를 수정하였다.

본 조사는 9월 7일부터 9월 14일까지 500명의 주부를 대상으로 실시하였으며 질문지법과 면접법을 사용하였다. 총 응답부수는 424부였고 그중 부실기재된 24부는 제외하고 나머지 400부만 통계처리에 사용하였다.

**C. 자료분석**

자료의 처리는 KAIST 전산실의 SAS 패키지 프로그램(Package Program)으로 분석하였다. 응답자의 일반적 성격을 파악하기 위해 단순빈도와

백분율을 산출하였으며 연구문제를 위해 빈도분석(Frequency), T-test, 분산분석(ANOVA)을 사용해 검증하였다.

**V. 결과 및 해석**

**A. 조사대상자의 일반적 성격**

응답자의 연령은 25~34세가 27.8%로 가장 높았으며 35~44세가 전체집단의 25.0%로 그 다음으로 높았다.

응답자의 교육수준은 고등학교가 39.5%로 가장 높았으며 그 다음이 대학교로 36.0%, 중학교 8.3%, 대학원이상 6.5%, 전문대학 6.3% 순으로 되어 있어 전체적으로 전문대학을 포함한 대졸이상자가 48.8%가 되어 응답자의 교육수준은 높은 편이었다.

응답자중 취업주부는 23%, 비취업주부는 77%로 나타났으며 응답자가정의 소득은 45~65만원이 31.8%, 65~90만원이 18.8%, 25~45만원이 18.1%로 나타났다.

**B. 분석 및 논의**

**1. 자료의 기초분석**

가. 냉장고 구매후 속성별 만족·불만족

조사대상자가 냉장고속성에 대해 평가한 불만족은 가격에 대한 불만족이 가장 많았고 그 다음이 품질, 구조 순으로서 소비자는 구매과정 요인이나 서비스, 편리성요인보다 오히려 제품 그 자체의 내적특성에 대해 불만족함을 시사하고 있다.

나. 일반적인 불만족경험빈도

냉장고구매후 불만족을 경험한 바가 별로 없는 소비자는 0.8%, 간혹있다 8.2%, 꽤 많다 17.2%, 매우 많다 1.3%로 나타나 냉장고에 대한 소비자불만족은 일반적인 것으로 나타났다.

다. 불만족경험의 책임귀인

책임귀인은 제조업자, 판매업자, 판매원, 광고업자 또는 친구·이웃·친척등에게 책임을 귀인시키는 것이 외적귀인방식이고 소비자본인에게 귀인시키는 것이 내적귀인방식인데 응답자들은 전체적으로 냉장고구매후 불만족에 대한 책임을 외적으로 귀인하는 경향이였다. 그리고 외적귀인유형 중

〈표 1〉 불만족책임의 귀인경향

	빈 도*	백분율(%)*
제 조 업 자	165	41.3
판매업자(판매상점)	60	15.0
관 매 원	42	10.5
광 고 업 자	120	30.1
친척·이웃·친구등	20	5.1
소 비 자 본 인	61	15.3

\* 응답자가 각 내용에 중복하여 응답할 수 있게 한 숫자임.

에서는 제조업자에게 책임이 있다고 답한 소비자가 41.3%로 가장 많았고 다음으로 광고업자 30.1%, 판매업자 15.0%로 나타났으며 내적귀인을 한 소비자는 15.3%로 나타났다. 제조업자에 대한 책임귀인이 첫째를 이루는 것은 냉장고 속성별 불만족순위가 가격, 품질, 구조등의 순으로 밝혀진 것과 관련이 있는 것으로 볼 수 있는데 즉, 소비자는 제품자체에 대한 불만족을 가지고 있기 때문에 이와 직접적인 관계가 있는 제조업자에게 그 책임이 있다고 인식하는 것으로 생각된다.

이상의 결과는 〈표 1〉에 제시되어 있다.

#### 다. 불평행동유형

냉장고구매후 불만족을 경험한 소비자가 취할 수 있는 반응중에서 무행동을 제외하고는 모두 불평행동의 범주에 포함되는데 소비자가 실제로 아무런 행동도 하지 않는 경우가 45.8%로 가장 많았다. 이것은 아마도 소비자 자신이 불평행동을 통해서 어떤 긍정적인 결과가 있으리라는 점을 믿지않을 뿐만아니라 실제로 이전에 불만족스러운 불평처리경험을 가졌기 때문으로 추측된다. 또한 현시점에서 소비자가 불평을 함으로써 얻을 이익에 비해 불평비용이 너무 크거나 불평행동의 표현방법을 잘 알지 못하기 때문일 수도 있다.

불평행동중에서도 소비자 자신이 다시는 그 상품을 구매하지 않거나 그 상점에서 구매하지 않기로 결정하는 반복 구매 및 상품에고중지가 20.5%로 가장 많았고 그 다음으로는 주위사람들에게 그 제품에 대해 경고하는 구전이 17.3%, 판매업자에게 하는 불평이 12.3%, 판매원에게 불평하는 경우가 10.6% 순으로 나타나 이것들이 소비자가 일

〈표 2〉 불평행동유형

	빈 도*	백분율(%)*
아무런 행동도 하지 않음	143	35.8
반복구매 및 상품에고중지 결정	82	20.5
주위사람들에게 경고	69	17.3
판매원에게 불평	42	10.6
판매업자에게 불평	49	12.3
매스컴을 통해서 불평	17	4.3
소비자 단체에 불평	12	3.0
정부기관이나 공공기관에 불평	8	2.0
법적 행동을 취함	0	0

\* 응답자가 각 내용에 중복하여 응답할 수 있게 한 숫자임.

반적으로 많이 사용하는 불평유형임을 알 수 있다.

다시 말하면 소비자들은 자신의 불만족해결을 위해 비교적 쉽게 취할 수 있는 개인적이며 비공식적인 수준의 사적행동을 많이 택하며 반면에 공적행동을 하는 경우는 드문 것으로 나타났다. 공적인 불평행동이 드문 것은 이것이 시간, 금전, 노력등의 비용(cost)과 직접적으로 관계되기 때문일 것이라 추측된다.

이와같이 낮은 공적행동비용은 연쇄적인 악순환을 형성할 수 있다는 점에서 관심을 가져야 하는데 그것은 일반적으로 기업이 공식적으로 접수된 불평비용만을 소비자불만족의 지표로서 사용하는 경향이 있으므로 소비자가 적극적인 불평행동을 하지 않는다면 기업으로 하여금 소비자의 불만족을 교정하여 궁극적으로는 소비자만족을 제공할 수 있는 기회를 박탈하게 되며 불평자료로 소비자 불만족수준을 파악하기가 어렵게 된다는 문제점이 있기 때문이다.

이와 같은 결과는 〈표 2〉에 제시되어 있다.

#### 마. 통제소재유형

응답자들의 77%가 내적 통제자였으며 23%가 외적 통제자로 나타났다.

이는 내외통제점수와 성별과의 관계를 연구한 정은주<sup>42)</sup>가 우리나라의 여자가 남자보다 더 외적 통제를 한다는 결과와는 상반되는 것으로 주부들의 2/3이상이 내적통제를 하는 것으로 밝혀졌다.



〈표 3〉 인구통계학적 특성과 ANOVA 결과

특 성	집 단	사 적 행 동			공 적 행 동		
		평 균	F	Duncan Grouping	평 균	F	Duncan Grouping
연 령	18~24	2.771	1.19 n.s	A	1.812	3.10*	A
	25~34	2.743		A	1.796		AB
	35~44	2.623		A	1.709		AB
	45~54	2.619		A	1.574		B
	55세이상	2.567		A	1.562		B
교육수준	중졸이하	2.776	2.45 n.s	A	1.817	8.11***	A
	전문대학이하	2.628		A	1.648		B
	대학교이상	2.560		A	1.519		B
직 업	취 업	2.703	0.08 n.s	A	1.735	0.25 n.s	A
	비취업	2.677		A	1.703		A
소 득	25만원이하	2.721	0.44 n.s	A	1.763	1.78 n.s	A
	26~45만원이하	2.657		A	1.727		AB
	46~90만원이하	2.648		A	1.639		AB
	91만원이상	2.556		A	1.500		B

\*p<.05    \*\*\*p<.001    n.s 통계적으로 의미없음.

◎ 같은 문자로 표시된 평균은 통계적으로 유의한 차이가 없다.

물론 본 연구가 주부소비자만을 대상으로 하여 실시된 것이기 때문에 남자소비자와의 상대적인 통제소재결과도 없이 여자와 남자의 통제경향을 논한다는 것은 무리가 있으나 근래 우리나라 여성의 지속적인 교육수준의 향상과 여성해방사상으로 적극적이고 활동적인 주부가 증가하고 있는 추세임을 볼 때 전체주부중 상당수가 내재적 통제신념을 가지고 있을 것이라고 추측해 볼 수 있다.

2. 가설의 검증

가설 1. 인구통계학적 변수의 각 수준에 따라 불평행동에는 유의한 차이가 없을 것이다.

가설 1을 검증하기 위해 4가지 인구통계학적인 변수(주부의 연령, 교육수준, 직업, 소득) 각각을 독립변수로 하고 2가지 불평행동유형(사적행동, 공적행동) 각각을 종속변수로 하여 일원분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였다.

분산분석의 결과 주부의 연령, 교육수준, 직업, 소득중 어느것도 사적불평행동을 하는데 있어서의 차이를 설명해 주지 못한 것으로 나타났으며 공적 불평행동을 하는데 있어서는 연령과 교육수준에 따

라 그 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 주부의 연령(또는 교육수준)이 높을수록 공적인 불평행동을 많이한다.

그러나 본 연구의 설문지에 따른 해석상 주의를 요하는 바 〈표 3〉에서 제시하고 있는 특성별 집단에 따른 평균치를 고려하여 이미 그 차이가 유의하지 않은 것으로 나타난 주부의 직업과 소득은 제외하고 주부의 연령별, 교육수준별로 각각 어떤 집단이 차이가 있는지를 보았다.

연령에 따른 공적행동평균치의 최대값, 최소값은 각각 1.812와 1.562이고 교육수준에 따른 공적행동평균치의 최대값, 최소값은 1.817과 1.519로 이 점수들은 5점 Likert type 척도에 있어 전혀 없다(1점)와 별로 없다(2점) 사이에 존재하고 있다. 따라서 연령에 따른 공적행동이 .05수준에서 유의한 차이를 나타내고 교육수준에 따라서는 .001 수준에서 유의한 것으로 나타났지만 각 집단별 최대값, 최소값이 모두 전혀 없다(1점)와 별로 없다(2점) 사이에 있으므로 결국 연령별, 교육수준별로 보아 공적불평행동은 상대적 차이를 인정해도 전체적으로는 그 차이가 없다라고 결론지을 수 있다.

〈표 4〉 내·외적 통제집단의 불평행동비교

통제소재유형	불평행동	사 적 행 동	공 적 행 동
내재적 통제집단 (N=308)	M SD	2.821 0.766	1.749 0.542
외재적 통제집단 (N=92)	M SD	2.221 0.453	1.580 0.486
t검증		9.324	2.843
p		0.0001	0.007

이상과 같이 4가지 인구통계학적 변수의 각 수준에 따라 사적불평행동, 공적불평행동에는 유의한 차이가 없음을 알 수 있다.

따라서 가설 1은 채택되었다.

가설 2. 통제소재에 따라 불평행동에는 유의한 차이가 없을 것이다.

가설 2를 검증하기 위해서 내적통제집단과 외적 통제집단의 사적·공적불평행동에 있어서 차이가 있는가를 T-test 하였다.

유의수준은  $p < .05$ 로 설정하였다. 통제소재유형에 따른 불평행동차이의 T-test 결과는 〈표 4〉와 같다.

〈표 4〉에서 보면 내·외재적 통제와 불평행동간에는 관계가 있는 것으로 나타났다. 사적행동에서 내재적통제집단의 평균은 2.82이고 외재적통제집단의 평균은 2.22로서 집단간 평균점수의 차이가 있는 것으로 보이며 두집단의 차이가 없을 확률, 즉 영가설을 받아들일 수 있는 확률이 .0001로서 두집단간의 차이는 통계적으로 매우 유의함을 알 수 있다. 또한 공적행동의 경우에도 두 집단간에 평균점수의 차이가 나타나며(내재적 통제집단 1.75(반올림), 외재적 통제집단 1.58)  $p = .007$ 로 이것은 이미 설정한 유의수준( $p < .05$ )을 만족하고 있으므로 내·외제집단간에 차이가 있다고 판단할 수 있다.

따라서 통제소재유형에 따라서 불평행동에는 차이가 있으며 특히 사적행동의 경우에 내재적 통제집단과 외재적 통제집단은 매우 유의적인 차이를 보였다. 이것은 행동의 결과를 통제할 수 있다는 신념을 가진 내적 통제자들이 자신의 불만족경험을 극복할 수 있는 것으로 보고 이를 위해 적극적으로

인 불만표출행동을 하며 외적 통제자들은 결과를 그 자신이 통제할 수 없는 것이라고 자각하고 자신의 무능력감을 느껴 불평행동을 덜하게 되는 것으로 볼 수 있다. 사적행동에 있어서 집단간 차이가 뚜렷한 것은 공적행동이 제조업자, 소비자단체, 정부기관 및 공공기관을 대상으로 이루어지므로 소비자가 상당한 시간과 금전, 노력을 희생하고자 하는 의도가 없고서는 이루어지지 않기 때문에 소비자의 통제소재신념이 크게 작용하지 못하는 것으로 사려된다. 또한 가족이나 친구에게 비호적인 구전을 한다든지 다시는 그 상표를 구매하지 않거나 그 상점에서 구매하지 않기로 하는 등의 비교적 쉽사리 취할 수 있는 개인적이고 비공식적인 수준에서의 사적행동에는 소비자가 가지고 있는 내·외통제신념이 더 강하게 작용하는 것으로 추측할 수 있다.

이상의 결과로 가설 2가 기각되었다.

결국 가설 1과 가설 2의 검증에 따른 비교분석을 하면 소비자의 불평행동정도에 있어서의 차이는 인구통계학적 변수보다 통제소재의 성격변수에 의해 더 잘 설명될 수 있음을 알 수 있다.

## VI. 요약 및 제언

본 연구에서는 병장고 구매후 경험하는 소비자 불만족의 일반적 내용과 불만족에 대한 소비자들의 귀인평가, 불평행동유형, 그리고 소비자의 인구통계학적인 특성과 불평행동, 통제소재와 불평행동이 어떠한 관계가 있는지 알아 보았다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 병장고구매후 소비자의 불만족경험은 상

당히 보편적이었으며 소비자들은 불만족에 대한 책임의 소재를 제조업자, 광고업자, 판매원 순으로 들었으며 제조업자에 대한 책임귀인이 크게 두드러지는 것과 일치하여 냉장고속성별 불만족에 있어서 가격, 품질, 구조등과 같은 제품자체의 내적특성에 대한 불만족수준이 높게 나타났다.

둘째, 주부의 연령, 교육수준, 직업, 소득등의 4가지 인구통계학적인 특성중 어느 것도 소비자의 불평행동 차이를 설명하지 못했다.

셋째, 불만족소비자중 아무런 행동도 하지 않은 경우가 가장 많았으며(35.8%) 반부구매 및 상품애고중지결정(20.5%), 주위사람들에게 경고(17.3%), 판매업자에게 불평(12.3%), 판매원에게 불평(10.6%)의 순으로 소비자는 주로 사적불평행동을 많이 하는 것으로 나타났고 공적불평행동을 취하는 경우는 드물었다.

이러한 현상은 공적인 관계를 회피하려는 한국인의 사회적 성격<sup>43)</sup>과 어느 정도 관련이 있는 것이라 볼 수 있겠다.

넷째, 조사대상자의 77%가 내적 통제신념을, 23%가 외적 통제신념을 가지고 있어 주부소비자가 대체로 내재적인 통제를 하는 것으로 나타났다.

다섯째, 통제소재에 따라 불평행동에 유의한 차이를 보였다.

즉, 내적 통제자일수록 더많은 불평행동을 하고 외적 통제자일수록 불평행동을 덜 다양하게 하는 것으로 밝혀졌다. 이것은 내적통제집단이 결과를 자신의 행동에 종속적인 것으로 보기 때문에 불만족경험후에 결과를 통제하기 위해 더욱 노력하는 한편 외적통제집단은 결과를 운이나 어쩔 수 없는 운명으로 보기 때문에 결과를 그 자신이 통제할 수 없다고 지각하는 상태로 풀이할 수 있다. 이 결과에서 볼 때 우리는 소비자의 통제소재를 알 수 있다면 그 소비자가 불만족경험후 어떠한 태도를 보일 것인가를 어느정도 예측할 수 있다.

이상의 연구결과를 통하여 앞으로의 연구방향은 첫째, 본 연구의 통제소재이외의 사회성이라든가 독단성, 공격성등을 포함한 다른 성격구성개념과 불평행동간의 관계를 분석하고,

둘째, 성격구성개념에 의해 설명될 수 있는 불평행동의 비율이 실질적으로 측정되어야 하며,

셋째, 불평하지 않는 소비자에 대한 조사를 실시하여 불평하는 집단과의 비교분석을 통해 소비자교육의 근거로 활용해야 한다.

넷째, 제조업자·소매업자에 대한 접근의 용이성, 상황의 중요성, 보편적인 사회규범이 불평행동에 미치는 영향력에 대해 개별적인 연구들이 진행되어야 한다.

다섯째, 우리나라 소비자가 불평행동과 보상추구행동을 적게하는 경향을 탈피하고 적극적인 불만족표현을 할 수 있게 하는 효과적인 불평경로를 개발해야 한다.

여섯째, 실생활에 구체적으로 활용되는 생활가치적 측면에서 생태학적으로 이루어진 소비자교육을 통해 정부기관이나 공공기관, 소비자단체, 신문·잡지·TV·라디오를 포함한 매스컴등 제3기관의 존재·기능 및 이용방법을 인식시킴으로써 공적불평행동을 자극시켜야 한다.

### 참 고 문 헌

1. 홍부길, "소비자행동분석", 서울:일신사, 1984.
2. Fornell, C. and R.A. Westbrook, "An Exploratory Study of Assertiveness, Aggressiveness, and Consumer Complaining Behavior," *Advances in Consumer Research*, Vol. 11, 1984, pp.105.
3. 김소연, "구매후 불만족의 책임귀인과 불평행동의 관계에 관한 연구", 이화여자대학교 대학원 석사학위논문(미간행), 1986.
4. Mller, J.A., "Studying Satisfaction, Moidifying Models, Elicing Expectation, Posing Problems, and Marketing Meaningful Measurements," *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction* ed. H. Keith Hunt, Cambridge, Mass: Marketing Science Institute, 1977, pp.72~91.
5. Handy, C.R., "Monitoring Consumer Satisfaction with food Products," *Conceptualization and Measurement of Consumer Sa-*

- tisfaction and Dissatisfaction*, ed. H. Keith Hunt, Cambridge, Mass: Marketing Science Institute, 1977, pp.215~39.
6. Gronhaug, K. and J. Arndt, "Consumer Dissatisfaction and Complaining behavior as feedback: A Comparative analysis of Public and private delivery System," *Advances in Consumer Research*, Vol. 7, 1980, pp.324~8.
  7. Westbrook, R.A. and J.W. Newman, "An Analysis of Shopper Dissatisfaction for Major Household Appliances," *Journal of Marketing Research*, Vol. 15, 1978, pp. 456~66.
  8. 최병룡, "소비자 만족·불만족에 관한 연구", 동국대학교 대학원 박사학위논문, 1985.
  9. Richins, M.L. "Negative Word-of-Month by Dissatisfied Consumers: A pilot Study," *Journal of Marketing*, Vol. 47, 1983, pp.68~78.
  10. Landon, E.L., "A Model of Consumer Complaint Behavior," *Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behavior*, ed, Ralph L. Day, Blooming Indiana: Indiana University, 1977, pp.91~4.
  11. Jacoby, J. and J.J. Jaccard, "The Sources, Meaning, and Validity of Consumer Complaint Behavior: A Psychological Analysis," *Journal of Retailing*, Vol. 57, No. 3, 1981, pp.4~24.
  12. Day, R.L. "How Satisfactory is Research on Consumer Satisfaction?," *Advances in Consumer Research*, Vol. 7, 1980, p.577.
  13. Valle, V.A. and M. Wallendorf, "Consumer Attributions and the cause of their product Satisfaction and Dissatisfaction" *Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, R.L. Day, ed., Bloomington Indiana: Indiana University, 1977, pp.26~30.
  14. Warlard, R.A., R.O. Herramann, and J. Willits, "Dissatisfied consumer: Who Gets upset and who Takes Action?" *Journal of Consumer affairs*, Vol. 9 (winter), 1975, pp.148~63.
  15. Gronhaug, K. and G. Zaltman, "Complainers and Non complainers, Revisited: Another look at the Data," *Advances in Consumer Research*, Vol. 8, 1981, pp.83~7.
  16. 김은미, "소비자 구매후 불만족과 불평행동에 관한 연구", 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문(미간행), 1983.
  17. 송영식, "가구제품 구매후 행동에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문(미간행), 1984.
  18. William, T.G., *Consumer Behavior*, New York: West Publishing Company, 1982.
  19. Coney, K.A. and R.R. Harmon, "Dogmatism and Innovation: A Situational Perspective," *Advances in Consumer Research*, Vol. 11, 1984, pp.118~21.
  20. Faricy, J.H. and M.B. Mazis, "Personality and Consumer Dissatisfaction: A Multi-dimensional Approach," in T. Greer, *Proceedings of 1974 American Marketing Association Conference* (Chicago; AMA), 1974, pp.202~5.
  21. Wall, M., L.E. Dickey, and W.W. Talarzyk, "Predicting Profilling Consumer Satisfaction and Propensity to complain," in *Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, ed. Ralph L. Day, Bloomington, Indiana: Indiana University 1977, pp.91~101.
  22. Best, A., "When consumer complain," *Journal of Consumer policy*, Vol. 6, 1983, pp.95~8.
  23. Ward, S. and T.S. Robertson, *Consumer Behavior: Theoretical Sources*(N.J.: Prentice-Hall, Englewood chiffs), 1978.
  24. Abramowitz, S.I., "Locus of Control and

- self-reported Depression among College Students," *Psychological Report*, Vol. 25, 1969, pp.149~50.
25. Harvey, L. and J.E. Exner, Dimensions of personality, New York: John Wiley & Sons, Inc., 1978. pp.264~7.
  26. 박용주, "내·외재적 통제와 학업성취 및 창의성간의 관계 분석", 이화여자대학교 대학원 석사학위논문(미간행), 1983.
  27. Zikmund, W.G and S.J. Miller "Consumerism Movements: An Examination of Attitudes and Behavior," *Proceedings, Southern Marketing Association*, 1974, pp.5~10.
  28. Lambert, Z.V., "Consumer Alienation, General Dissatisfaction, and Consumerism Issues," *California Management Review*, Vol. 18, 1975, pp.37~44.
  29. Morris, D., Economics of Consumer Production, London, England: Heineman Educational Books, 1980.
  30. Gore, P.M. and J.B. Rotter, "A personality Correlate of Social Action," *Journal of Personality*, Vol. 31, 1963, pp.58~65.
  31. Strickland B.R., "The Prediction of Social Action from a Dimension of Internal-External Control," *Journal of Social Psychology*, Vol. 66, 1965, pp.353~8.
  32. Miller, W.R. and M.E.P. Seligman, "Depression and the perception of Reinforcement," *Journal of Abnormal Psychology*, Vol. 82, No. 1, 1973, pp.62~73.
  33. Butterfield, E.C., "Locus of Control, Test Anxiety, Reactions to Frustration, and Achievement Attitudes," *Journal of personality*, Vol. 32, 1964, pp.298~311.
  34. Krauss H.H. and E.B. Blanchard, "Locus of control in ethical risk taking," *Psychological Reports*, Vol. 27, 1970, p.142.
  35. Miller, A.G. and H.L. Minton, "Machiavellianism, Internalexternal control, and the violation of experimental instructions," *Psychological Report*, Vol. 29. pp.369~80.
  36. Williams, F.G. and J.J. Stack(1972), "Internal-External Control as a Situational Variable in determining information Seeking by Negro Students," *Journal of consulting and Clinical Psychology*, Vol. 39, No. 2, 1972, pp.191~2.
  37. 김영모, "한국인의 계층구조와 그 이동에 관한 연구", "중대논문집", 제24집, 1980.
  38. 홍두승, "직업분석을 위한 계층연구: "한국표준직업 분류"를 중심으로", "사회과학과 정책연구", 제 5 권, 제 3 호, 서울대학교 사회과학연구소, 1983.
  39. 박명희, "소비자 제품 만족·불만족과 관련변수에 관한 연구", 고려대학교 대학원 박사학위논문(미간행), 1985.
  40. Lawther, K., S. Krishnan, and V.A. Valle, "The Consumer Complaint Process: Directions for Theory Development," *New Dimensions of Consumer Satisfaction and Complaining*; ed. H. Keith Hunt and Ralph L. Day, Bloomington Indiana, Indiana University, 1979, pp.10~14.
  41. Nowicki, S. and B.R. Strickland, "A Locus of Control Scale for Children," *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, Vol. 40, 1973, pp.148~155.
  42. 정은주, "내·외 통제성과 관련 변인과의 관계 연구", 이화여자대학교 대학원 석사학위논문(미간행), 1981.
  43. 윤태립, "한국인의 성격", 서울: 현대교육도서관, 1977.