

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調查

金 海 東

本調查研究는 大韓金融團의 要請과 財政的 後援으로 이루어진 것이며 서울大學校 行政大學院 卒業生
이며 現 韓國銀行監督院에 在職中인 趙南俊氏의 協助에 크게 依存하였음을 밝혀둔다.

1. 序 言

本調查는 다음과 같은 두가지 事實을 밝히는데에 그目的이 있었다. 即 그 하나는 우리나라의 市中銀行에 去來하는 사람들이 다른 銀行을 제쳐놓고 特定한 銀行과의 去來를 하게 한 誘因(incentives) 또는 보다 더 넓은 意味에서의 動機를 究明하는 것이고 또 하나는 去來의 誘致를 為한 各種 宣傳에 對한 效果를 測定하는 것이다.

故로 第一의 目的이라는 立場에서 본다면 本調查는 動機調查(motivation study)이고 第二의 目的이라는 立場에서는 매스콤調查(Mass communication research)라고 할 수 있다.

여기서 말하는 動機란 心理學에서 말하는 動機보다 그範圍가 훨씬 넓다는 것을 말하여 둔다. 即 心理學에서 말하는 動機(motive)란 動因(drive)과 目標(goal)를 結付시킨 概念이다. 勿論 이러한 動機의 定義는 學者에 따라 匪匪 하나 大體로 人間의 모든 行爲의 原動力이 되는 바의 것이라고 할 수 있다. T. Newcomb에 依하면 動機란 身體의 애너-지가 動員되어 그것이 環境의 諸部分에 選擇的으로 方向을 부여하는 (oriented) 生活體의 狀態라고 規定하고 있다. 그가 말한 身體의 애너-지의 動員이란前述한 動因(drive)을 말하는 것으로서 活動으로의 傾向을 蒼起하며 그대로는 있을 수 없는 身體의 狀態를 말하는 것이다. 이러한 動因은 生活體를 그려 한 狀態에서 解消시키는 方向으로 몰고 간다고 말할 수 있다. 또한 環境의 選擇된 諸部分이란前述한 目標(goal)를 말하는 것으로서 成敗如何를 莫論하고 그것으로 向하여 行動이 이루어지는 狀態인 것이다. 이러한 目標는 故로 採用試驗의 合格이라는 比較的 長期的인 것이 있고 담배에 불을 부친다는 短期的인 것이 있다.

本調查에서는 上述한 心理的인 意味의 動機는 勿論 그 目標에 對한 知覺(Perception)——省略(omitting), 補充(supplementing), 構成(structuring)等을 包含한——까지도 包含한다. 그러나 大體로 上述한 誘引 또는 目標 보다 더 正確한 말을 빌린다면 變數(variables)의 種類라는 뜻으로 使用하였다.

資料

이러한 動機調查의 重要性은 여기서 論할 必要가 없으리라고 生覺되나 參考로 動機調查의 歷史를 簡略하게 紹介하기로 한다.

아마 人間의 行爲의 動機가 처음으로 問題視된 것은 美國의 生理的心理學者 W.B. Canon (1871~1945)等에 依한 homeostasis의 概念이라고 하겠다. 이것은 行動의 起動力으로서 生活體의 平衡狀態를 말하는 것으로서 思想的으로는 佛蘭西의 生理學者 Clacede Bernard(1813 ~1878)의 内部環境說에 由來하는 것이라고 한다.

이 homeostasis 란 元來 生理學의 用語로서 恒時性保持機構라고 번역될 수 있을 것이다. 이 것은 例를 들면 哺乳類에 있어서는 血液組織이 라든가 體溫等의 生理的 條件이 身體内外의 影響에 對하여 脉搏이나 神經系統을 媒介로 하여 自律的으로 調整되어 恒時 生育에 가장 適合한一定한 標準狀態를 維持하고자 하는 傾向을 말하며 이러한 傾向은 모든 生活體에서 엿볼 수 있다. 그러나 이 概念은 生物體의 自律的調節뿐만 아니라 生物體가 平衡을 回復하는 隨意運動까지도 包含하게 되어 現在에는 「生命體는 不均衡을 回復하는 方向으로 行動한다」라는 式으로 擴張解釋하게 되었으며 一部 學者는 사람의 動機는 勿論 一般社會現象까지도 이 러한 原理로 說明하려고 한다.(2) 이러한 概念은 保守主義라든가 其他 概念의 理解에 많은 暗示를 준다.

그러나 人間行爲의 動機(motivation)에 對한 最初로 體系的인 研究를 試圖한 것은 1930年代로서 學習活動의 動機를 中心으로 한 動機調查가 그 主要對象이었다. 1930年代에서 1940年代에 걸쳐서 E. Dichter 나 L. Cheskin等은 實際로 消費者的 動機問題를 取扱하였다고 主張하고 있다.

動機調查가 本格化한 것은 亦是 1940年代 後半에서 50年代 初期에 이르는 期間이라고 할 수 있으며 이때에 나온前述한 L. Cheskin의 「購買原則」 M. Haire의 「市場調查에 있어서의 投射法」(projective techniques in market research), 그리고 F.H. Sanford의 「態度調查에 있어서의 投射法의 利用에 關하여」等은 이 方面에 對한 代表的著作 및 論文이라고 하겠다. 그後 1950年에서 55年까지 「printers Ink誌」는 23個의 動機調查에 關한 論文을 取扱하였다. 그後 「Journal of marketing」, 「Public Opinion Quarterly」, 「Advertising Age」, 「Business Week」, 「Tide」等 有力誌는 動機調查에 關한 많은 調查研究物을 繼續 揭載하고 있다. 單行本으로서는 G.H. Smith의 「廣告 및 마케팅에 있어서의 動機調查(1954)」以外에 여러 種類가 나와 있다. 어느 雜誌에 依하면 美國에서 1956年 一年間에 動機調查에 使用한 費用은 約 1,200萬弗에 達한다고 하며 最近에는 그 額數가 相當히 增加되었을 것으로 生覺된다. 이러한 調查는 西歐 各國에서는 勿論 最近에는 日本에서도 相當히 盛行되고 있다고 한다.

以上에서 大體로 本研究의 目標의 하나인 動機의 概念 및 그 歷史를 틀터 보았다. 그러나

(2) 註：南雲與志郎, ホメオスタシス, 福武直編 社會學辭典 有斐閣 1958 p. 850)

本調查의 特異한 點은 一般 市場 또는 消費者調査가 아니라 銀行이라는 特殊한 公共機關을 利用하는 人們에 對한 調査라는 點이며 따라서 行政學에서 말하는 顧客(clientele)을 그 調査對象으로 한다는 點에서 相通하는 點이 있다.

本調查가 試圖한 또 한가지 面은 金融機關의 宣傳效果의 一面을 評價하는 것이다. 宣傳效果의 一面이란 다음과 같은 뜻에서 말한 것이다. 普通 매스·콤뮤니케이숀過程을 세가지로 分할 수 있다. 即 첫째로 情報라든가 寫眞을收集하여 記事나 씨나리오와 같은 原稿를 쓴다든가 그 内容을 印刷한다든가 電波에 실리는 等의 諸作業을 包含한 一切의 媒體(onedio)의 製作過程과 둘째 이와같이 하여 製作된 媒體가 中間支社라든가 配給會社等의 손을 거쳐서 各種 運搬手段에 依하여 受容者の 손에 到達할 때 까지의 過程을 意味하는—— 래디오·텔레비等은 이 過程은 그렇게 問題視되지 않으며 主로 管理者의 診斷的調查의 内容이 될 수 있다. 受容過程 그리고 마지막으로 受容者が 媒體에 接한 以後 個個의 受容者內部(主로 心理的面) 또는 受容者集團內에서 成立하는 一切의 反應process을 말한다. 이러한 세가지 過程은勿論 調査分析의 對象이 되는 것이나 本調查에서는 第三의 受容過程中의 一面만을 取級하였다. 即 매스콤의 效果란 主로 上述한 第三의 過程을 말하는 것으로서 第一次로 注意를 끄는 次元一例를 들면 어느程度 媒體에 接觸되었으며 어떠한 内容이 接觸되었으며 이에 對하여 어떠한 情緒的 反應을 이르키고 그 内容을 理解하고 學習하였는지를 調査한다——그리고 둘째로 態度 또는 意見이 變化되는 次元 그리고 마지막으로 그와같이 變化된 態度나 意見에 立脚하여 이루어지는 外部行為(overt behavior)의 次元을 生覺할 수 있다. 그러나 本調查에서는 主로 金融機關의 媒體에 어느 程度 接觸되었으며 그中 어떠한 面의 學習이 어느程度 이루어졌는가를 中心으로 하여 다루었으며 따라서 自然히 統計調查의 方法을 取하였다.

2. 調査方法 및 調査對象의 背景

前章 마지막에서 本調查가 노리는 宣傳效果의 次元이라는 點에서 自然히 統計調查의 方法을 取하였음을 말하였으며 이 點에 對하여는 方法論上 異論이 없을 것으로 믿는다.

그러나 動機調查라는 面에서는 若干의 說明이 必要하다고 生覺된다.

普通 動機調查란 主로 消費者的 購買行為를 다루는 것으로서 消費者的 行為의 根底에 있는 心理的過程을 精密하게 調査하는 것이다. 따라서 一定한 方法에 立却한 標本에 依하여 消費行為를 調査記述하는 所謂 nose counting으로서는 안된다. 故로 最近에 많이 適用하고 있는 것은 精神分析學이라든가 臨床心理學分野에서 하는 投射法(projective technique)이다. 即 消費者的 刺戟一反應間に 介在하는 心理的度數를 探究하는 것이다. 이러한 動機調查에는 大體로 다음과 같은 諸方法이 適用된다. 于先 投射法(projective Techniques) 및 標本行為法(bbehavior Sampling)을 包含하는 深層面接法(Depth interview), 또는 集團面接法(group Interview

資料

言語連想法(Word association), 文章完成法(Sentence completion techniques), 役割演技 및 誤認法(Role playing and misperception), 또는 때에 따라서는 그림試驗法(Cartoon test)等의 諸方法이 그것이다. 어떠한 境遇에 어떠한 것을 適用하느냐 하는 것은 그 動機調查의 内容에 依한 問題다. 그리고 또 한가지 強調하고 싶은 것은 科學的調查에 있어서 「可能하면 되도록 數量化(quantity)」한다는 것은 恒常 좋은 일이라고 生覺된다는 點이다.

그리하여 本調查는 投射法(projective techniques)의 一部를 適用한 面接調查方法을 取하였으며 對象者는 標本으로 抽出한 것이다.

本調查의 對象者는 全國 十個都市(서울, 大田, 大邱, 釜山, 全州, 光州, 木浦, 清州, 仁川, 春川)에 所在하는 全國 金融機關과의 去來者이다. 좀더 正確하게 말하면 1963년 5월 20일 現在로 前記 十個都市 所在 各金融機關(韓銀, 產銀 除外) 店舖에 當座, 普通, 貯蓄; 定期積金, 計座를 保有하고 있는 去來者中에서 無記名定期豫金, 特別定期豫金, 當座保證金條通知豫金을 除外한 計座數 945,719 를 母集團으로 한 標本調查이다. 그리고 그 標本은 前記 六個豫金種別로 母集團을 層化하여 各層에서 比例的으로 等現間隔에 依하여 調查對象을 抽出하였다.

標本의 數는 依賴度 95% 그리고 最大誤差를 3% 以內로 確保하기 為하여 1,080(3)으로 하였으며豫備調查 結果 未回收率을勘案하여 1,387 을 調查한 結果 1,082 케이스를 回收하였다. (母集團의 銀行別豫金種別集計表 參照)

<第1表>

	銀行別豫金種別集計表						(十個都市)
	普通	貯蓄	當座	通知	定期	積金	
朝興	50,541	44,771	4,268	224	3,531	6,872	110,207
商業	35,527	60,420	4,271	296	7,446	14,294	122,254
第一	100,571	60,837	5,088	376	5,374	21,016	193,262
韓一	42,383	68,898	4,740	445	2,951	10,565	129,982
서울	5,275	21,724	1,257	73	928	2,725	31,982
國民	10,839	34,525	1,185	77	1,785	4,528	52,939
正業	26,611	41,629	3,852	277	3,016	3,237	78,622
農協	15,908	8,738	307	36	1,159	323	26,471
計	287,655	341,542	24,968	1,804	26,190	63,560	745,719

그리고 抽出된 調查對象의 背景은 다음 諸表와 같다.

1.豫金金額

1~ 9,999원	760
10,000~ 99,999〃	220

(3) Mildred Parten, Surveys, polls, and Samples, p 314. 1950. Harper and Brothers, New York U.S.A)

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

100,000~499,999 "	78
500,000~999,999 "	8
1,000,000以上	8
未詳	8
計	1,082

2. 學 歷

無	23	한글해득 및 國民學校 中退	44
國民校卒	157	中卒 中學 中退	196
高卒 吳 高校 中退	382	大卒 吳 大學 中退	264
大學院	8	未詳	8
計	1,082		

3. 成 長 地

서울, 釜山, 大邱 吳 外國	275	中小都市	499
農漁村	297	未詳	11
計	1,082		

4. 職 業

農業	14 ⁽⁴⁾	旅館 下宿 飲食店主	28
漁業	1	商店主	322 ⁽⁵⁾
公務員	105 ⁽⁶⁾	運輸業	13
學 生	23	工場主	77
勞 動	8	醫師 教師 言論	57
雇傭人	30	無 職	119
會社員	165	其 他	92
運轉手	3	未 詳	20
美容師	5	計	1,082

5. 年 齡

20 未滿	22	46~50	127
21~25	68	51~55	83
26~30	93	56~60	35
31~35	209	61	31
36~40	218	未 詳	8
41~45	188	計	1,082

(4) 農業數가 작은 것은 첫째로 調査對象地가 大部分의 道廳所在地라는 것이 主理由라 하겠다.

(5) 公務員豫金主가 많다는 것은 想像外의 事實이다. (實數는 約 78,000) 勿論 이 中에는 官公機關의豫金口座도 있을 것으로 思料되나 反面 後述하는 바와같이 2個以上의 計座를 가진 사람도相當數 있으리라고 볼 수도 있다. 또 2個以上의 銀行과 去來하는 사람이 그의 32%에 超한다.

(6) 가장 많은 去來人이 商店主라는 事實은 우리나라의豫金主의 特色인지도 모른다.

資 料

이러한 背景을 지닌 對象者를 去來當 該店舗職員이 直接 面接에 依하여 調査한 것이다. 面接訓練은 各地區에서 行하였다. 그리고 이러한 現地調查의 監督은 主로 韓銀監督院指導課에서 擔當하였으나 서울에 있어서는 各金融機關受信課職員이 擔當하였다.

3. 去來動機

去來者가 特定銀行을 選擇한 動機는 다음 第2表와 같다.

(第2表) 銀行去來選擇動機

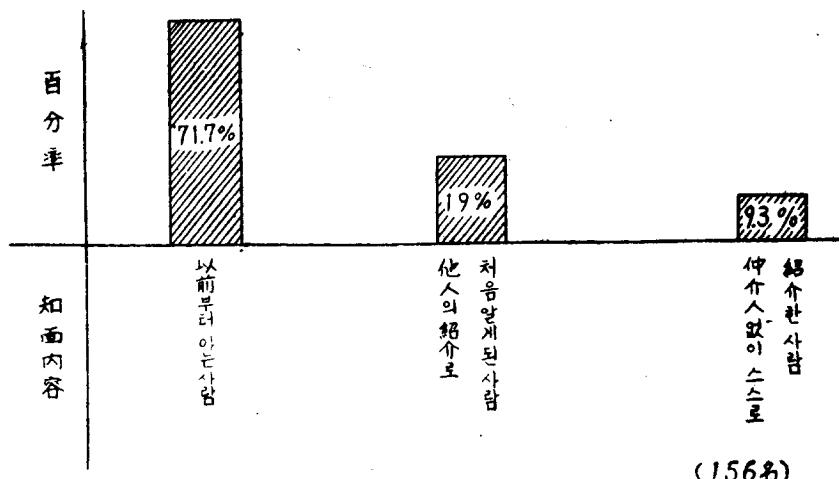
動 機	百 分 率	動 機	百 分 率
銀行에 아는 사람이 있다	17.6%	銀行員의 勸誘로	14.4%
距離關係	39.4%	廣告 및 宣傳	2.6%
事業去來處의 紹介	6.7%	其 他	9.1%
地方送金關係	3.0%	無 應 答	2.7%
融資惠澤	3.2%	計 N 1,082	100 %
道市金庫關係	1.3%		

上記 第2表에서 보는 바와 같이 가장 큰 動機는 距離이다. 勿論 調査對象者가 特定銀行을 選擇하게 된 動機가 單純히 距離가 가깝다는 한개의 理由에서 만이라고는 할 수 없고 大概의 境遇는 두個 以上의 動機가 作用하였으리라고 생각되나 여기서는 그中 가장 强하게 作用한 動機만을 採用한 것이다. 勿論 豫金去來는 豫金할 돈이 있고 난 然後의 問題라는 것은 論할 餘地가 없는 것인지만 距離가 가깝다는 問題는 豫金去來의 立場에서 볼 때 確實히 便利할 것이므로 金融機關에는 이와 關聯해서 店舗網의 問題를 注視 않을 수 없을 것이다. 따라서 所謂 移動銀行制度(Mobile Bank System)의 必要性도 一應 檢討할 價值가 있는 것이나 全國의 豫金計座의 約 75%가 上記한 10個都市에 集中되어 있다는 事實을 考慮할 때 그 制度는 店舗가 遠隔地에 있는 農村에는 必要할지 모른다. 그러나 그 制度는 地域別 그리고 各種 階層別 豫金分布를 보다 더 仔細히 分析한 뒤에 다루어야 할 것으로 생각된다.

上記 第2表에서 本調査目的에 비추어 特히 注目을 끄는 것은 그 銀行에 아는 사람이 있다는 理由로서 그 銀行하고 去來하게 된 17.6%와 銀行員의 勸誘로서 豫金誘致에 成功하게 된 14.4%이다. 特히 前者の 경우는 銀行의 人事政策과 直結되는 問題이며 結論에서 再論키로 하거니와 銀行員의 勸誘로 豫金을 誘致하게 된 것이 17.6%라는 것은 事實上 놀라운 比率이라 하겠다. 그러나 이것을 上述한 「아는 사람이 있기 때문에」라는 카테고리와 連結시킨다면 보다 더 納得이 간다. 即 銀行員에게 勸誘된 156名을 細分하면 下記 第3表에서 보는 바와 같이 去來開始 以前 부터 알고 있는 사람이 壓倒的으로 많아 156名中 112名即 그의 約 71.6%나 되는 것이다. 나머지 44名即 28.8%에서도 結局 開設當時 他人의 紹介로 알게 된 사람이 30名이나 되며 따라서 全然 모르던 사람을 銀行員이 自己 紹介로서 勸誘하

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

고 成功한 例는 14 名에 不過한 實情이다.



<第4表> 金融機關別 去來動態區分

	은행에 아는 사람이 있다	거리가 거래처의 지방송금 소개로 판계로 해	용자의 택시 판계	도시고금 판계	은행의 원유 판권	광고나 선전	기타 무응답				
計	1,082	119 (17.6)	427 (39.4)	72 (6.7)	32 (3.0)	35 (3.2)	14 (1.3)	156 (14.4)	128 (2.6)	98 (9.1)	29 (2.7)
朝 興	154	36 (23.4)	72 (46.8)	5 (3.2)	2 (1.3)	3 (1.9)	1 (0.6)	18 (11.8)	3 (1.9)	12 (7.8)	2 (1.3)
第 一	289	50 (17.3)	126 (43.6)	18 (6.2)	6 (2.1)	2 (0.7)	4 (1.4)	41 (14.2)	10 (3.5)	27 (9.3)	5 (1.7)
商 業	181	33 (18.2)	69 (38.1)	12 (6.6)	3 (1.7)	2 (1.1)	7 (3.9)	27 (14.9)	6 (3.3)	13 (7.2)	9 (5)
韓 一	181	26 (14.4)	73 (40.3)	19 (10.5)	2.2 (4)	(6) 3.3	2 (1.1)	30 (16.6)	4 (2.2)	15 (8.3)	2 (1.1)
中 小	120	20 (16.7)	50 (41.9)	9 (7.6)	1.7 (2)	10 (8.3)		15 (12.5)	13 (10.8)	1 (0.8)	
國 民	75	12 (16)	16 (21.3)	6 (8)	3 (4)	9 (12)		16 (21.4)	5 (6.7)	4 (5.3)	
서 울	41	9 (22)	15 (36.6)	1 (2.4)		2 (4.9)		6 (12.2)	6 (14.6)	2 (4.9)	
農 協	41	5 (12.2)	6 (14.6)	2 (4.9)	12 (29.3)	1 (24)		4 (9.7)	7 (17.1)	4 (9.8)	

더욱이 去來者가 그의 事業上의 去來處의 間接紹介로서 去來를 하게 된 72名 即 6.7%(第2表 參照)를 銀行員의 勸誘로 去來케 된 比率 14.4%에 合하면 全體 去來人的 21.1%가 直接 間接의 勸誘의 結果라고 하겠다. 여기에 다시 銀行에 아는 사람이 있기 때문에 그 銀行을 指한 사람을 加하면 無應 38.7%가 人的要素로 因해서 去來를 하게 되었다는 것이다. 이는 距離로 因하여 去來케 된 變數와 맞 익는다. 그러므로 豫金誘致는 亦是 知面있는 사람을 通해서 浸透해 가는 것이 가장 效果的이라 할 수 있을 것이다. 특히 上記 第4表에서 注

資 料

目할 것은 農協의 調査對象者 41名中 12名인 29%가 地方送金關係로 去來한다는 것이다. 이는 地方의 中小都市와 農村의 邑村間의 金融機關間의 他店換去來가 事實上 杜絕되고 있는 關係로 農協의 本支店間의 換去來를 利用하기 為하여 去來가 農協에 集中되고 있다고 生覺 되며 農協의 店舗網으로 보아 當然한 歸結이라 할 수 있을 것이다.

<第5表> 豐金額別 去來動機

	은행에 아는 사람이 있다	거리가 가깝다	거래처 소개로	지방송 금관계	용자 혜택	도시금 고관계	은행 원유	광고 선전	기타	무용답	
계	1,082	191 (17.7)	427 (39.5)	72 (6.7)	32 (2.9)	35 (3.2)	14 (1.3)	156 (14.4)	28 (2.6)	98 (9.1)	29 (2.6)
무용답	8		5 (62.5)			1 (12.5)	2 (25.0)				
A 급 %	760 (16.7)	127 (39.1)	297 (7.9)	60 (3.7)	25 (2.6)	20 (1.6)	13 (1.3)	101 (13.2)	24 (3.1)	71 (9.3)	22 (2.8)
B 급 %	220 (21.8)	48 (42.4)	93 (4.5)	16 (2.7)	6 (2.7)	6 (2.7)		29 (13.2)	4 (1.8)	20 (9.1)	4 (1.8)
C 급 %	78 (14.2)	11 (37.2)	29 (1.2)	1 (1.2)	1 (1.2)	7 (9.0)		21 (26.9)		6 (7.7)	2 (2.6)
D 급 %	8 (12.5)	1 (12.5)	1 (12.5)			2		2 (2.5)			1 (12.5)
E 급 %	8 (50)	4 (25)	2					1 (12.5)		1 (12.5)	
(註) A 0~9,999	B 10,000~99,999						C 100,000~499,999			D 500,000~999,999	
	E 1,000,000 以上										

그러나 各銀行에서 그렇게 많은 關心을 가졌던 廣告 및 宣傳에 依한 誘致는 極히 낮은 比率을 차지하고 있다. 다만 그中에서 國民銀行이 廣告宣傳에 依한 效果가 가장 높게 나타난 것은 特異한 것인 同時에 比較的 廣告宣傳에 注力하고 있는 銀行의 順序로 그 效果가 나타나고 있음은 今後 그 方法의 改善과 必要性의 取捨 選擇 및 調節로서 그 效率의 舉揚에 留意할 必要가 있을 것이다. 特히 上記 第5表에서 보는 바와 같이 高額豫金層에 對하여는 廣告宣傳이 去來에 決定的인 動機가 되지 못하고 있다. 이 問題에 關하여도 後述하겠다.

結局 豫金誘致의 가장 強한 動機는 便利라고 하겠다. 即 銀行에 아는 사람이 있기 때문에 銀行을 出入함에 있어서 期待할 수 있는 便宜 또는 距離가 가깝기 때문에 얻는 便宜等이다. 事實上 이러한 現象은 비단 銀行去來에 있어서 뿐만 아니라 官廳에 用務가 있는 一般國民도 亦是 共通的인 傾向이 있다. 即 보다 더 빠른 手續보다 더 有利한 待遇를 받을 것을 期待하면 一般國民들은 授受口를 通하는 公式節次에 依하는 것 보다 아는 사람을 通하여 親密感있게 用務를 보려고 하는 것이다.

마지막으로 한가지 興味로운 點은 다음 表에서 보는 바와 같이 다른 어떤 銀行과 去來하다가 中斷한 經驗이 있는 사람들中에 特히 보다 더 좋은 銀行과의 去來를 하게 된 一不過 29名— 動機를 分類하여 보면 다음과 같다.

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

<第6表> 보다 더 좋은 銀行을 指한 사람들의 去來動機

動 機	百分率
銀行에 아는 사람이 있다	17.2
近 距 離	20.6
去來處의 紹介	3.4
地方送金	3.4
融資惠澤	10.3
道市金庫關係	10.3
銀行員의 勸誘	24.5
廣告 및 宣傳	3.4
其 他	17.2
無 應 答	3.4
計 N=29	100

여기서 動機란 그 銀行이 보다 더 좋다는 理由라고 생각할 수 있다. 그러므로 銀行에 아는 사람이 있어서 便宜를 보아줄 것이기 때문에 좋은 銀行인 것이며 보다 더 거리가 가깝기 때문에 便利하므로 좋은 銀行인 것이다. 여기서 特히 注目할 것은 銀行員이 勸誘한 사람들의 比率과 融資惠澤으로 去來를 하게된 사람의 比率이다. 結局 어떤 銀行과 去來中인 사람을 보다 더 좋은 銀行이라고 또는 그 사람에게 有利한 銀行이라고 誘導해서 自己 銀行으로 誘致한 것이라고 말할 수 있다. 全然 顏面이 없는 사람에게 接近하여 預金을 誘致한 例는 앞에서 밀한 바와같이 母集團의 1.3%밖에는 되지 않는 다른 事實로 미루어 果然 各 銀行에서 銀行間의 關係를 해칠 危險性을 무릅쓰고 까지 個別的 勸誘政策을 取할 必要가 있을까 하는 것은 事實上 깊이 考慮할 價値가 있는 問題라 아니할 수 없다.

다음에 이러한 動機를 몇 가지 面에서 分析한 表를 參考로 提示한다.

<第7表> 成長地別로 본 去來動機

	은행에 아는자 있다	거리가 가깝다	거리처 소개로	지방송 금관계	용자 혜택	도시금 고관계	은행원 유권	광고 선전	기타	무응답	
계	1,082	191 (17.9)	427 (39.5)	72 (6.7)	32 (2.9)	35 (3.2)	14 (1.3)	156 (14.4)	28 (2.6)	98 (9)	29 (2.7)
무응답	11	4 (36.4)	1 (9.1)	1 (9.1)				2 (18.2)		3 (27.2)	
농촌출신	297 (12.5)	37 (37.0)	110 (37.0)	25 (8.4)	11 (3.7)	11 (3.7)	5 (117)	43 (14.5)	4 (1.4)	42 (14.1)	9 (3.0)
중도시	499 (20)	100 (37.7)	188 (37.7)	30 (6.0)	15 (3.3)	16 (3.2)	5 (3.2)	81 (16.2)	18 (3.6)	36 (7.3)	10 (2.0)
기타	275 (19.6)	54 (45.4)	125 (45.4)	16 (5.8)	5 (1.8)	8 (3.0)	4 (3.0)	32 (11.6)	4 (1.4)	20 (7.3)	7 (2.6)

註: 其他는 서울, 釜山, 大邱 및 外國出身地

註: 여기서 出身地란 去來人이 主로 자라난 곳을 말함

<第8表> 學歷別로 본 去來動機

	은행에 아는자 있다	거리가 가깝다	거래처 소개로	지방송 금관계	용자 혜택	도시금 고관계	은행원 유권	광고 선전	기타	무응답	
계	1,080 (17.6)	191 (39.4)	427 (6.7)	72 (3.0)	32 (3.2)	35 (1.3)	14 (1.3)	156 (14.4)	28 (2.6)	98 (9.1)	29 (2.7)

資 料

부용답	8	1 (12.5)	3 (37.5)						4 (50.0)
부	23	2 (8.7)	16 (43.5)	1 (4.3)	1 (43.5)	4 (17.4)		4 (17.4)	1 (4.35)
국회 한해득	44	5 (11.4)	17 (38.5)	7 (15.9)		5 (11.4)	5 (11.4)	4 (9.1)	1 (2.3)
국총	157	19 (12.1)	74 (47.2)	13 (8.3)	6 (3.8)	2 (1.3)	18 (11.5)	1 (0.6)	20 (12.7)
중총 퇴	196	25 (12.8)	86 (44.0)	17 (8.7)	4 (2.0)	4 (2.0)	1 (0.5)	28 (14.3)	6 (3.0)
교총 퇴	382	76 (20.0)	142 (37.2)	27 (7.1)	13 (3.4)	18 (4.7)	10 (2.6)	54 (14.1)	9 (2.3)
대총 퇴	264	62 (23.5)	90 (34.0)	7 (2.7)	9 (3.4)	10 (3.8)	3 (1.1)	75 (17.0)	7 (2.7)
그이상	8	1 (12.5)	5 (62.5)			2 (25.0)			

註：“그 이상”은 大學院

<第9表> 職業別로 본 去來動機

계	은행에 아는자 있다	거리가깝다	거래처 소개로	지방송금판계	융자 혜택	도시금고판계	은행원유	광고 선전	기타	부용답
계	1,082	191 (17.6)	427 (39.5)	72 (6.7)	32 (2.9)	35 (3.2)	14 (1.3)	156 (14.4)	28 (2.6)	98 (9.1)
부용답	19	1 (5.3)	8 (41.9)	1 (5.3)		3 (15.8)		1 (5.3)	1 (5.3)	1 (5.3)
농업	14	1 (7.1)	9 (64.4)	2 (14.3)					1 (7.1)	1 (7.1)
어업	1				1 (100)					
공무원	105	15 (14.3)	32 (30.4)	5 (4.8)	2 (1.9)	6 (5.7)	13 (12.4)	14 (13.3)	3 (2.9)	12 (11.4)
학생	23	2 (87)	9 (39.2)				2 (8.7)	5 (21.7)	2 (8.7)	3 (13.0)
노동	8	2 (25.0)	4 (50.0)						1 (12.5)	1 (12.5)
고용인	30	5 (16.7)	14 (46.5)	5 (16.7)	2 (6.7)		2 (6.7)			2 (6.7)
회사원	165	39 (23.6)	61 (37.2)	5 (3.0)	6 (3.0)	8 (4.8)		20 (12.1)	1 (0.6)	18 (10.9)
운전수	3		2 (66.7)						1 (33.3)	
미용사	5	2 (4.0)	2 (40)				1 (2.0)			
여관 학 숙 음식점	28	10 (35.7)	6 (21.4)	2 (7.1)			5 (17.9)			5 (17.9)
상점주	322	52 (16.1)	129 (39.5)	35 (10.9)	15 (4.7)	3 (1.5)		58 (18.0)	9 (2.8)	18 (5.0)
운수업	13	2 (15.4)	5 (38.4)		1 (7.7)	1 (7.7)		2 (15.4)		1 (7.7)
의사 교 사 언론	57	9 (15.7)	24 (42.1)	3 (5.7)	2 (3.5)	2 (3.5)		10 (17.5)	1 (1.8)	5 (8.3)

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

공장주	77	13 (16.8)	27 (35.0)	3 (3.9)	2 (2.6)	10 (13.0)		12 (15.5)	1 (1.3)	8 (10.4)	1 (1.3)
무 직	119	21 (17.6)	52 (43.7)	7 (5.9)				19 (16.0)	4 (3.4)	11 (9.2)	5 (4.2)
기타	92	17 (18.4)	42 (45.6)	4 (4.3)	2 (2.2)	1 (1.2)		10 (10.8)	3 (3.3)	10 (10.8)	3 (3.3)
	17	1		1 (100)							

〈第10表〉 年齡別로 본 去來動機

	은행에 아는자 있다	거리가 가깝다	거래처 소개로	지방송 금판계	용자 혜택	도시금 고관계	은행원 유권	광고나 선전	기타	무응답	
계	1,082	191 (17.6)	427 (39.4)	72 (6.6)	32 (2.9)	35 (3.2)	14 (1.3)	156 (14.4)	28 (2.5)	98 (9.5)	29 (2.6)
무응답	8		2 (25)					1 (12.5)	1 (12.5)	1 (1.25)	3 (37.5)
21세 이하	22	4 (18)	7 (32)	1 (4.5)	1 (4.5)			1 (4.5)	2 (9.0)	3 (13.6)	3 (13.6)
21~25	68	11 (16)	30 (44)	4 (6)	2 (3)		2 (3)	6 (9)	4 (6)	7 (10)	2 (3)
26~30	93	22 (24)	39 (42)	3 (3)	2 (2)		1 (1.0)	9 (9.6)	2 (2.0)	14 (15.4)	1 (1.0)
31~35	209	41 (19.6)	74 (35.4)	17 (8.1)	7 (3.4)	5 (2.4)	4 (2.0)	27 (13)	8 (3.8)	19 (9.0)	7 (3.3)
36~40	218	32 (15)	89 (41)	16 (7)	8 (3.4)	7 (3.2)	1 (0.5)	33 (15)	4 (1.8)	26 (11.9)	2 (0.9)
41~45	188	34 (18)	63 (34)	14 (7.5)	7 (3.5)	10 (5.3)	5 (2.6)	37 (20)	5 (2.6)	12 (6.0)	1 (0.5)
46~50	127	22 (17)	54 (43)	10 (7.8)	1 (0.8)	6 (4.5)	1 (0.8)	21 (17)	1 (0.8)	7 (5.0)	4 (3.0)
51~55	83	13 (15.4)	40 (48)	2 (2.4)	3 (3.6)	3 (3.6)		12 (14.8)	1 (1.2)	5 (6.0)	4 (5.0)
56~60	35	5 (14)	16 (45)	1 (3)		3 (9)		7 (20)		2 (6)	1 (3)
61 이상	31	7 (23)	13 (42)	4 (13)	1 (3)	1 (3)		2 (6)		2 (6)	1 (3)

4. 銀行의 廣告 및 宣傳

結局 去來動機에 가장 크게 영향을 주는 것은 個人的 紐帶關係임은 前章에서 본바와 같거니와 廣告 및 宣傳에 依한 動機附與(motivation)의 程度는 廣告 및 宣傳에 對한 投資에 比하면 極히 微微하다.

本章에서는前述한 바와 같이 이러한 廣告 및 宣傳이 去來人에 依하여 어느 程度 受容되었는가를 投射法(projective technique)에 依하여 把握하고자 하였다.

即 銀行에서 預金誘致를 為하여 實施하는 各種 預金制度의 宣傳 및 廣告가 去來人에게 어느 程度 受容되어 있는가를 보는 것이었다. 下記 第11表는 이에 對한 結果이다. 그려한 여러가지 制度를 如何히 알게 되었으며 그 中 特히 廣告 및 宣傳營業案內書等에 依하여 受容

資料

된 結果가 如何한 것인가는 注意할 만한 일이다.

即 營業案內書도 한個의 「매스·매디아」로 보고 新聞 雜誌等의 一般 「매스·매디아」의 媒介를 넘치면 結局 「매스·매디아」에 依한 學習은 16.9%이다.勿論 다른 「카테고리」에 屬하는 사람이 銀行의 「매디아」에 接하지 않았다고 말할 수 없으나 學習에 決定的 動機가 된 것은 16.9%에 不過하다는 것이다.

<第11表> 預金制度學習(知得)經由分類表

總 由	百分率
他人으로부터	4.1
銀行員의 勸誘時	10.3
營業案內書를 보고	8.2
銀行에 와서 問議하여	20
常識으로	45.9
廣告 및 宣傳	8.7
아는 바 없다	2.6
其他	0.3
無應答	0.3
計 N=1082	100

또한 「퍼스널 콤뮤니케이숀」에 依한 學習도 等閑할 수 없는 比重을 차지하고 있으며 都含 14.4%를 占하고 있다. 또한 銀行에 와서 물어서 어떤 預金制度를 알게 된 20%에게는 宣傳 및 廣告의 效果가 높으리라고 생각되며 事實上 그려한 宣傳 및 廣告의 對象은 이들에게 重點을 두어야 하리라고 생각된다. 即 다음에 提示하는 表에서 보는 바와 같이 이러한 層의 比率은 學歷이 높을수록 적다. 大體로 社會的 經濟的地位 特히 學歷이 높을수록 그들의 態度나 意見을 「매스·매디아」를 通하여 變更시키기는 어렵기 때문이다. 이들은 最大限의 利害打算이 隨伴되는 그리고 따라서 보다 더 合理的인 行爲를 取하는 것이 普通이다.

아래에 參考로 預金制度의 學習經由를 몇 가지 面으로 分析한 表를 提示하겠다.

<第12表> 學歷別 預金制度學習經緯

계	타인으로부터	은행원 권유	영업 안내	은행에 물어서	상식전	기선 전	아는 바 없는 다	기타	무응답	
계	1,082	45 (4.2)	112 (10.3)	89 (8.2)	211 (19.5)	497 (45.9)	94 (8.7)	28 (2.6)	3 (0.3)	3 (0.3)
무응답	8		1 (12.5)		3 (37.5)	1 (12.5)	2 (25.0)		1 (12.5)	
무	23 (8.7)	2 (17.4)	4 (17.4)	14 (60.9)	3 (13.0)		2 (1.5)			
국회 한글해독	44 (6.8)	3 (15.9)	7 (2.3)	1 (20.4)	9 (36.4)	5 (11.4)	7 (4.5)		1 (2.3)	
국 졸	157 (7.0)	11 (17.8)	28 (10.8)	17 (22.9)	36 (26.8)	42 (9.6)	15 (2.6)	1 (0.6)		
중 졸 퇴	196 (5.6)	11 (11.7)	23 (6.6)	13 (22.4)	44 (40.9)	80 (10.2)	20 (2.1)	8 (1.5)		
고 졸 퇴	382 (2.6)	10 (7.9)	30 (8.4)	32 (18.1)	69 (51.6)	197 (8.7)	34 (1.5)	4 (0.2)	1 (0.2)	

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

대출 회	264	8 (3.0)	18 (6.8)	26 (9.8)	38 (13.8)	150 (57.5)	19 (7.2)		1 (0.4)
그이상	8		1 (12.5)		1 (12.5)	6 (75.0)			

<第13表> 預金額別 預金制度學習經緯

	계	타인으로부터 온행원의 권유로 안내서 물어서 상식적 기선 전기 타기 없는 바다 기타 무응답
계	1,082	45 (4.2) 112 (10.4) 89 (8.2) 211 (19.5) 497 (4.6) 94 (8.6) 28 (2.6) 3 (0.3) 7 (0.3)
A 급	760	38 (5.0) 80 (10.5) 57 (7.5) 142 (18.7) 346 (45.5) 69 (9.0) 24 (3.2) 2 (0.3) 2 (0.3)
B 급	220	6 (3.0) 20 (9.1) 21 (9.5) 52 (23.6) 100 (45.5) 19 (8.5) 1 (0.4) 1 (0.4)
C 급	78	1 (1.2) 10 (12.8) 8 (10.3) 14 (18.1) 37 (47.4) 5 (6.4) 3 (3.8)
D 급	8	1 (12.5) 1 (12.5) 1 (12.5) 4 (50) 1 (12.5)
E 급	8	1 (12.5) 1 (12.5) 6 (7.5)

<第14表> 銀行別 預金制度學習經緯

	계	타인으로부터 행원의 권유로 안내서 물어서 상식적 기선 전기 타기 없는 바다 기타 무응답
계	1,082	45 (4.1) 112 (10.3) 89 (8.2) 211 (20) 497 (45.9) 74 (8.7) 28 (2.6) 3 (0.3) 3 (0.3)
조흥은행	154	6 (3.9) 16 (10.4) 6 (3.9) 21 (13.6) 96 (62.3) 9 (5.9)
제일	289	9 (3.1) 29 (10) 39 (13.5) 64 (22.1) 115 (39.8) 21 (7.4) 11 (3.8) 1 (0.3)
상업	181	10 (5.5) 17 (9.4) 12 (6.6) 35 (19.3) 84 (46.4) 20 (11) 2 (1.2) 1 (0.6)
한일	181	8 (4.4) 22 (12.2) 11 (6.1) 38 (2.1) 73 (40.3) 23 (12.7) 5 (2.8) 1 (0.5)
중소	120	6 (5.0) 7 (5.8) 11 (9.2) 22 (18.3) 58 (48.3) 12 (10) 4 (3.4)
국민	75	4 (5.2) 10 (13.4) 8 (10.7) 17 (22.7) 25 (33.4) 7 (9.4) 2 (2.6) 1 (1.3) 1 (1.3)
서울	41	2 (5) 11 (26.8) 25 (61) 1 (2.4) 1 (2.4) 1 (2.4)
농협	41	2 (4.9) 9 (22) 2 (4.9) 3 (7.3) 21 (51.2) 1 (2.4) 3 (7.3)

<第15表> 成長地別 預金制度學習經緯

	계	타인으로부터 은행원 권유로 안내서 물어서 상식적 기선 전기 타기 없는 바다 기타 무응답
계	1,082	45 (4.2) 112 (10.3) 89 (8.2) 211 (19.5) 497 (45.9) 94 (8.7) 28 (2.6) 3 (0.3) 3 (0.3)
무응답		11 (36.4) 4 (18.2) 2 (18.2) 2 (18.2) 2 (18.2) 4 (9.0)

資料

농촌출신	297	20 (6.8)	33 (11.1)	23 (7.7)	70 (23.6)	124 (41.7)	21 (7.1)	6 (2.0)	
중도시	499	17 (3.4)	53 (10.6)	39 (7.8)	82 (16.5)	244 (48.9)	49 (9.8)	13 (2.6)	2 (0.4)
기 타	275	8 (2.9)	26 (9.5)	27 (9.8)	55 (20)	127 (46.1)	22 (8.0)	7 (2.6)	1 (0.4)

〈第16表〉 職業別豫金制度學習(知得)經緯
省 略

〈第17表〉 年齡別 豫金制度學習經緯

계	타인으로부터 운행권 여부	운행 권 유 용 여 부	영 업 안 내 서	운행에 불편 여부	상식적 으로	선전	아는바 없는 부 다	기타	무응답	
계	1,082	45 (4.1)	112 (10.3)	89 (8.2)	211 (18.5)	497 (15.8)	94 (7.6)	28 (2.5)	3 (6.2)	3 (0.2)
무응답	8			1 (12.5)		4 (50)		2 (25)		1 (1.25)
20세 이하	22	2 (9.0)	1 (4.5)	2 (9.0)	3 (14)	12 (54.5)	1 (4.5)	1 (4.5)		
21~25	68	3 (4)	6 (9)	1 (1.5)	10 (15)	37 (54)	7 (10)	3 (4)		1 (1.5)
26~30	93	5 (5)	8 (9)	5 (5)	21 (23)	42 (45)	8 (9)	2 (2.0)	1 (1.0)	1 (1.0)
31~35	209	7 (3.3)	14 (6.6)	22 (10.5)	38 (18.5)	101 (48.2)	24 (11.5)	3 (1.4)		
36~40	218	7 (3.2)	22 (10)	24 (11)	35 (16)	102 (47)	22 (10)	6 (2.8)		
41~45	188	7 (3.7)	23 (12.2)	10 (5.3)	42 (22.5)	93 (49.6)	10 (5.0)	2 (1.0)	1 (0.5)	
46~50	127	8 (6)	11 (8.2)	16 (13)	29 (23)	51 (40)	7 (6)	4 (3)	1 (0.7)	
51~55	83	2 (2.4)	13 (16)	6 (7.0)	25 (30)	29 (35)	8 (9.6)			
56~60	35	2 (5.8)	7 (2.0)		3 (8.5)	14 (40)	5 (14.3)	4 (11.4)		
61세 이상	31	2 (6.4)	7 (22.5)	2 (6.4)	5 (16)	12 (39)	2 (6.4)	1 (3.8)		

이러한 宣傳 및 廣告를 為하여 各銀行에서 製造配給하는 物品의 受容效果를 보면 다음과 같다. 卽 各去來人이 가지고 있는 銀行의 부채·月歷·지갑等의 物品을 于先 그네들이 所有하고 있는지 또한 그것이 어떤 銀行의 것인지 알고 있는 程度를 본 것이다.

<第18表> 物品에 依한 宣傳受容效果表

없다	가지고 있으며 어느 운행 것인지 알고 있다	가지고 있으나 어느 행 것인지 알지 못 한다	무응답	N=1,082
百分率	25.3	71.9%	2.7	0.1 100

이 表에서 注意할 것은 銀行이 준 物品을 가지고 있으나 그것이 어느 銀行의 것인지 조차도 모르고 있는 2.7%는 完全한 損失이라는 點이다. 또 한가지는 한 사람이 두가지 以上的 物品을 가지고 있는 경우가 많았으며 그러한 物品이 각각 어느 銀行의 것인지 全部다 모르

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

는 경우도相當히 있었다는事實이다. 이러한 경우를 전부「어느銀行의 것인지 모른다」는 카테고리에 넣었다면 그比率은相當히 높다는 것도指摘하여 둔다. 또한 없다는 25.3%도事實上 그러한 것을 가지고 있는데 그것조차 모르는지도 모른다. 또한本調査에서는 이러한宣傳物의 配給過程에 關하여는 이것을無視하였다.事實上 上記表의 71.9%中銀行에서 「저의銀行을 利用하여 주셔서 고맙습니다」라는銀行의 말과 함께 그러한 物品을 받은 사람들이 어느程度되는지는 알 수 없다.

實際로는 다른 사람으로부터去來銀行以外의銀行것을 받은 사람도相當數에 달한다는 것이 이번調查에서 나타났다. 따라서銀行과去來하고 있지 않은一般人들도銀行의宣傳品을 가지고 있는 사람이 많다는 것은周知의事實이라고 믿는다.

銀行에서 이러한物品을配布하는目的是前述한 바와 같이顧客에게感謝함과同時に앞으로도繼續하여 저의銀行을利用하여 달라는附託의말이包含되어 있는同時に間接의으로는銀行의公信力を誇示한 것이다. 이點은銀行의建物·職員의 옷차림等도마찬가지이다. 即 나의 돈을銀行에맡기면絕對로安全하다는心理的인暗示가그러한物品이나建物等이內包하고 있는 것이며 따라서銀行과去來하고 있지 않는 사람에게는極히間接의이긴하나그들을誘致하는動機를附與하는役割도한다고 믿는다.

그러므로 이러한物品은下記第19表나第20表에서 보는 바와 같이職員이또는支店長이아는사람들에게만意識적으로配布할것이아니라可能하면銀行에서또는職員이顧客을訪問할때顏面과는關係없이配布하는것이 좋다고生覺한다.

또한 이것은第21表와 같은分布를即預金額이큰사람에게다시말하자면社會的經濟的地位가높은사람에게보다많이配布하는政策도(萬一各銀行의政策이그렇다면)한번生覺하여볼問題라고思料한다.

다음表들은以上의것을몇가지階層別로分析한 것이다.

<第19表> 支店長과의顏面程度와宣傳用物品受容程度

계	없다	가지고 있으나 모른다	받고 안다	무응답
계	1,082	274 (25.3)	29 (2.6)	778 (72)
무응답	7	2 (29)	1 (14)	4 (57)
모른다	820	252 (31)	26 (3.1)	541 (65.9)
일반적으로안다	96	11 (11.4)		85 (88.6)
서로안다	159	9 (5.6)	2 (1.2)	148 (93.0)

資 料

<第20表> 去來銀行職員과의 領面程度와 宣傳用物品受容程度

	계	없 다	가지고 있으나 모른다	받고 안다	무응답
계	1,082	274 (25.3)	29 (2.6)	778 (72)	1 (0.09)
무응답	10	5 (50)	2 (20)	3 (30)	
있 다	610	93 (15.2)	16 (2.6)	500 (82)	1 (0.1)
없 다	461	176 (38.1)	10 (2.1)	275 (59.6)	
기 타	1		1 (100)		

<第21表> 預金等級別 宣傳用物品受容程度

	계	없 다	가지고 있으나 모른다	받고 안다	무응답
계	1,082	274 (25.3)	29 (2.8)	778 (72.0)	1 (0.9)
무응답	8	1 (12.5)		7 (87.5)	
A 급	760	211 (27.7)	22 (2.9)	526 (69.2)	1 (0.2)
B 급	220	55 (25)	4 (1.8)	161 (73.2)	
C 급	78	7 (8.9)	3 (3.9)	68 (87.2)	
D 급	8			8 (100)	
E 급	8			8 (100)	

<第22表> 去來銀行別 宣傳用物品受容程度

	계	없 다	가지고 있으나 모른다	받고 있다	무응답
계	1,082	274 (25.3)	29 (2.7)	178 (71.9)	1 (0.1)
조 홍	154	49 (31.8)	3 (1.9)	102 (66.3)	
제 일	289	61 (21.1)	12 (4.1)	215 (74.4)	1 (0.3)
상 업	181	56 (30.9)	6 (3.4)	119 (65.7)	
한 일	181	33 (18.2)	3 (1.7)	145 (80.1)	
* 중 소	120	29 (24.2)	2 (1.6)	89 (74.2)	
국 민	75	19 (25.3)	1 (1.3)	55 (73.4)	
서 울	41	11 (26.8)		30 (73.2)	
농 협	41	16 (39.0)	2 (5)	23 (56)	

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

<第23表> 成長地別 宣傳用物品受容程度

	계	없 다	가지 고 있 으나 모 른다	받 고 있 다	무 응답
계	1,082	274 (25.3)	29 (2.7)	778 (71.9)	1 (0.1)
무 응답	11	4 (36.4)	2 (18.1)	5 (45.5)	
농 촌	297	92 (31.0)	9 (3.1)	195 (65.5)	1 (0.4)
중 도 시	499	113 (22.6)	11 (2.2)	375 (75.2)	
기 타	275	65 (23.7)	7 (2.5)	203 (73.8)	

<第24表> 學歷別 宣傳用物品受容程度

	계	없 다	가지 고 있 으나 모 른다	받 고 안 다	무 응답
계	1,082	274 (23.5)	29 (2.7)	778 (71.9)	1 (0.1)
무 응답	8	4 (50.0)	1 (12.5)	3 (37.5)	
무	23	13 (56.5)	1 (4.3)	9 (39.2)	
국 헤 한 글 해 득	44	17 (38.6)		27 (61.4)	
국 졸	157	54 (34.4)	6 (3.7)	97 (61.9)	
중 졸 퇴	196	56 (28.5)	10 (5.0)	130 (66.5)	
고 졸 퇴	382	87 (22.7)	7 (1.8)	287 (75.3)	1 (0.2)
대 졸 퇴	264	43 (16.2)	4 (1.4)	217 (82.4)	
그 이상	8			8 (100)	

<第25表> 職業別 宣傳用物品受容程度

	계	없 다	있 으나 모 른다	받 고 안 다	무 응답
계	1,082	274 (25.3)	29 (2.7)	778 (71.9)	1 (0.1)
무 응답	19	5 (26.3)	1 (5.3)	18 (68.4)	
농 업	14	8 (57.2)		6 (42.8)	
어 업	1	1 (100)			
공무원	105	31 (29.5)	4 (3.8)	70 (66.7)	
학 생	23	10 (43.5)		13 (56.5)	
노 동	8	5 (62.5)	1 (12.5)	2 (25)	
교 용 인	30	7 (23.3)	3 (1.0)	20 (66.7)	

資 料

회사원	165	24 (14.5)	3 (13.1)	138 (83.7)
운전수	3	3 (100)		
미용사	5	1 (20)		4 (80)
여관 음식점 하숙	28	14 (50)	1 (3.6)	13 (16.4)
상점주	322	72 (22.4)	11 (3.4)	238 (74.0)
운수업	13	2 (15.4)		11 (84.6)
의사 교사 언론인	57	10 (17.5)	1 (1.8)	46 (80.7)
공장주	77	15 (19.5)	1 (1.3)	61 (79.2)
무식	119	42 (35.3)	2 (1.7)	75 (63)
기타	93	24 (26.1)	1 (2.2)	67 (71.7)

<第26表> 年齢別 宣傳用物品受容程度

	계	받은 바없다	받았으나 모른다	받고 안다	무응답
계	1,082	274 (25)	29 (0.71)	778 (71.9)	1 (0.1)
무응답	8	3 (37.5)	1 (12.5)	4 (50)	
20세 이하	22	9 (40.9)		13 (59)	
21~25	68	24 (35.2)	3 (0.4)	40 (58.8)	1 (1.4)
26~30	93	23 (24.7)	5 (6.2)	6 (69.8)	
31~35	209	58 (28)	4 (2.0)	147 (70)	
36~40	218	49 (22)	7 (3.0)	162 (74)	
41~45	188	41 (22)	3 (1.6)	144 (76)	
46~50	127	27 (21)	1 (0.7)	99 (78)	
51~55	83	19 (23)	4 (5.0)	60 (72)	
56~60	35	8 (23)		27 (77)	
61세 이상	31	13 (42)	1 (3)	17 (55)	

5. 個人的顏面凹去來

個人的인 顏面關係는 強力한 宣傳보다 去來銀行選擇에 關하여 많은 影響을 미친다는 事實

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

은 去來의 動機를 說明할 때 이미 밝힌 바 있다. 여기서는 이것을 좀더 仔細히 檢討코자 한다.

第1表에서 보는 바와 같이 銀行에 아는 사람이 있다는 理由로 그 銀行을 指摘한 사람은 全體의 17.6%에 該當한다. 또한 그곳에서 이미 指摘한 바와 같이 去來銀行의 選擇은 한개의 動機에 依하는 경우는 極히 드문 것이며 大體로 2個以上의 動機가 複合作用의 結果 그 銀行을 選擇하게 되는 것이라는 點을 整理할 必要가 있다.

<第27表> 去來人과 支店長과 關係

關係	百分率
서로 모르는 사이	76
去來人이 一方으로만 아는 경우	8.7
서로 잘 아는 경우	14.7
無應答	0.6
計 N=1.082	100

第27表는 特히 支店長의 預金誘致에 있어서의 位置와 役割을 말하는 것이다. 한 사람의 支店長이 去來人的 14.7%와 서로 人事를 交換하는 (서로 잘아는 사이의 基準을 「或路上에서 만나면 人事를 交換하는 程度의 사이」라고 規定하였다) 것이다. 이러한 事實은 都市에서 떨어질 수록 그 比率이 높을 것으로 생각된다. 따라서 支店長과 去來處와의 紐帶關係의 維持乃至는 擴大가 銀行業績의 維持 或은 擴張과 不可分의 關係에 있음을 想起할 때 支店長의 對外的活動의 強化에 따라 去來處와 더욱 人間의 으로 緊密한 關係를 造成할 餘地가相當히 있다고 하겠다. 따라서 金融機關이 公共機關이라고는 하지마는 本質的으로 営利機關인 性格을 脫皮할 수 없는 所謂 営利企業體임을 勘案하여 支店長의 社交活動의 強化 社交費(預金勵獎費)의 增額措置와 그의 效率의 使用을 圖謀할 必要가 있음을 強調치 않을 수 없다. 더욱이 第29表에서 보는 바와 같이 이러한 關係의 比率도 預金額이 많을 수록 上昇하고 있는 것은 預金實績의 效果를 為한 巨額去來處에 對한 店長의 努力의 具體的으로 表示되었다고 하겠으나 可能하면 零細去來者와도 人事를 交換할 수 있는 程度의 關係造成도 慾心같으나 바라고 싶다.勿論 第29表는 이러한 全體職員의 親分關係가 支店長의 경우와는 달리 많은 役割을 하고 있음이 表示되고 있다고는 하겠으나 더욱 餘地가 있는 實情이며 이亦是 巨額去來者일 수록 그 比率이 높이 나타나고 있다.

(第28表) 預金等級別로 본 支店長과의 顏面關係

	계	잘 모른다	나는 알고 그는 모른다	서로 안다	무응답
계	1,082	820 (76.0)	96 (8.7)	159 (14.7)	7 (0.6)
무응답	8	5 (62.5)	1 (12.5)	2 (25.0)	
A 급	760	613 (80.6)	59 (7.8)	83 (10.9)	5 (1.7)

資 料

B	급	220	160 (72.7)	26 (11.8)	33 (15.0)	1 (0.5)
C	급	78	39 (50.4)	8 (10.3)	30 (38.0)	1 (1.3)
D	급	8	3 (37.5)	1 (12.5)	4 (50.0)	
E	급	8		1 (12.5)	7 (87.5)	

(第 29 表) 預金等級別로 본 去來銀行職員과의 顏面關係

	계	계	있다	없다	무응답
	계	1,082	611 (56.5)	461 (42.6)	10 (0.9)
무응답	8	5 (62.5)	3 (37.5)		
A	급	760	390 (51.3)	362 (47.6)	8 (1.1)
B	급	220	142 (64.6)	76 (34.5)	2 (0.9)
C	급	78	59 (75.6)	19 (24.4)	
D	급	8	8 (100)		
E	급	8	7 (87.5)	1 (12.5)	

6. 其他 去來行爲

去來者들의 其他의 去來行爲에 對하여 몇 가지 살펴 보기로 한다. 下記 第30表에서 보는 바와 같이 66.8%에 該當하는 사람은 어느 一個銀行과 去來를 하나 全體의 32.7%에 該當하는 사람들이 두 個 以上의 銀行과 去來하고 있다.

(第 30 表) 去來하고 있는 銀行數(店舗單位)

去來店舗 百分率	하나	둘	셋	넷	그 以上	무응답	計 N = 1082
	66.8	24.0	6	1.3	1.4	0.5	100

勿論 두 個 以上的 銀行店舗와 去來하는 사람은 第31表에서 보는 바와 같이 大體로 預金額이 많을 수록 去來比率이 높아가고 있는 傾向인데 세 곳 或은 네 곳과 去來하는 사람은 두 곳과 去來하는 사람보다 그 比率이 急激히 減少되고 있는 點은 去來處開拓時에 留意할 만한 일이다.

또한 이들 두 個 以上的 銀行店舗와 去來하는 사람들은 어떠한 種類의 去來를 하고 있는가?

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

(第31表) 預金等級別 去來店舗數

	계	귀 은행 와 은행 의 없다	둘	셋	넷	그 이상	무응답
계	1,082	723 (66.9)	260 (24.0)	65 (6.0)	14 (1.3)	15 (1.4)	5 (0.5)
무 응답	8	6 (75.0)	2 (25.0)				
A 급	760	533 (70.1)	173 (22.9)	38 (5.0)	8 (1.0)	4 (0.5)	4 (0.5)
B 급	220	139 (63.2)	54 (24.5)	16 (7.3)	5 (2.3)	5 (2.3)	1 (1.4)
C 급	78	36 (46.2)	31 (39.8)	9 (11.6)	1 (1.2)	1 (1.2)	
D 급	8	5 (62.5)		2 (2.5)		1 (12.5)	
E 급	8	4 (50)				4 (50)	

(第32表) 두 個 以上의 店舗와 去來하는 사람들의 去來種類

去來種類	同種	하나는 같고 其 하는 다른 去來	全部 다른 去來	無應答	計 N=364
百分率	38.2	31.6	26.1	4.1	100

上記 表에서 보는 바와 같이相當히 많은 사람이 같은 種類의 預金을 두 個 以上의 곳에 나누어 하고 있다. 이것은 社會의 不安相을 나타내는 一種의 現象인지도 모른다. 또는 稅金하고도 關聯이 있는지도 모른다. 앞에서도 指摘한 바와 같이 自己의 財產額을 남에게 알리고 싶어하지 않는 心理임에는 틀림 없고 따라서 無記名預金이相當한 매력을 가지게 되는 것을 推測할 수도 있을 것이며 預金誘致政策에 忘却할 수 없는 重要한 問題點이라고 하겠다. 事實上 이러한 心理狀態는 去來預金額과는 第33表에서 보는 바와 같이 그리 密接한 關係가 있는 것 같지는 않으나 第34表에서 보는 바와 같이 2個 以上 去來者는 農漁村일 수록 그리고 學歷이 낮을 수록(第36表) 작다. 또한 中小企業銀行 및 農協이 去來人の 預金을 全部 吸收하지 못하고 있는 率이甚한 事實에 對하여는 좀 더 仔細한 研究가 있어야 될 줄 믿는다.(第38表)

(第33表) 二個以上 店舗去來者的 等級別 預金去來種類

	계	같다	하나는 같고 다 른 것은 다르다	다 다르다	무응답
계	354	139 (39.5)	115 (32.4)	95 (26.8)	5 (1.3)
무 응답	2	1 (50.0)	1 (50.0)	0	0
A 급	223	90 (40.3)	72 (32.3)	57 (25.6)	4 (1.8)
B 급	80	34 (42.5)	24 (30.0)	22 (27.5)	0

資 料

C	급	42	13 (30.9)	16 (38.0)	12 (28.0)	1 (2.3)
D	급	3	0	1 (33.3)	2 (66.7)	0
E	급	4	1 (25.0)	1 (25.0)	2 (50.0)	0

(第34表) 成長地別 去來店舗數

	계	귀 은행 외 엔 없다	둘	셋	넷	그 이상	무응답
계	1,082	723 (66.8)	260 (24.0)	65 (6.0)	14 (1.3)	15 (1.4)	5 (0.5)
무 응답	11	6 (54.5)	2 (18.2)				3 (27.3)
농 촌	297	215 (72.2)	58 (19.5)	18 (6.2)	2 (0.7)	4 (1.4)	
중 도 시	499	324 (65.0)	135 (27)	28 (5.6)	5 (1.0)	5 (1.0)	2 (0.4)
기 타	275	178 (64.7)	65 (23.6)	19 (6.9)	7 (2.5)	6 (2.3)	

<第35表> 學歷別 去來店舗數

	계	귀 은행 외 엔 없다	둘	셋	넷	그 이상	무응답
계	1,082	723 (66.8)	260 (24.0)	65 (6.0)	14 (1.3)	15 (1.4)	5 (0.5)
무 응답	8	3 (37.5)	1 (12.5)		1 (12.5)		3 (37.5)
무	23	20 (87.0)	2 (8.7)	1 (4.3)			
국토 한글해득	44	38 (86.3)	4 (9.1)	1 (2.3)	1 (2.3)		
국 졸	157	124 (79.7)	26 (16.6)	5 (2.5)	1 (0.6)		1 (0.6)
중퇴 · 중졸	196	135 (68.9)	52 (26.5)	6 (3.1)		3 (1.5)	
고 졸 · 고퇴	382	264 (69.3)	91 (23.8)	21 (5.5)	3 (0.1)	3 (0.7)	
대 졸 · 대퇴	264	135 (51.1)	81 (30.7)	30 (11.4)	8 (3.0)	9 (3.4)	1 (0.4)
그 이 상	8	4 (50.0)	3 (37.5)	1 (12.5)			

<第36表> 職業別 去來店舗數

	계	귀 은행 외 엔 없다	둘	셋	넷	그 이상	무응답
계	1,082	723 (66.8)	260 (24.0)	65 (6.0)	14 (1.3)	15 (1.4)	5 (0.5)
무 응답	19	12 (63.1)	5 (26.3)	1 (5.3)			1 (5.3)
농 업	14	12 (85.8)	2 (14.2)				
어 업	1	1 (100)					

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

공무원	105	79 (75.3)	18 (17.2)	6 (5.7)	1 (0.9)	1 (0.9)
학생	23	21 (91.3)	2 (8.7)			
노동	8	7 (87.5)				1 (12.5)
고용인	30	25 (83.3)	3 (10)	2 (6.7)		
회사원	165	98 (59.4)	42 (25.4)	12 (7.3)	2 (1.2)	
운전수	3	3 (100)				
미용사	5	5 (100)				
여관·하숙 음식점	28	17 (60.7)	10 (35.7)	1 (3.6)		
상점주	322	207 (64.3)	91 (28.3)	21 (6.5)	2 (0.6)	1 (0.3)
운수업	13	4 (30.8)	7 (53.8)	1 (7.7)	1 (7.7)	
의사·교사 언론	57	35 (61.4)	13 (22.8)	5 (8.8)	3 (5.3)	1 (1.7)
공장주	77	34 (44.2)	31 (40.2)	10 (13)	2 (2.6)	
무직	119	97 (81.5)	20 (19.5)			
기타	93	66 (70.6)	16 (17.4)	6 (6.5)	3 (3.3)	1 (1.1)
						1 (1.1)

<第37表> 年齢別 去來店舗數

	계	귀은행 의 엔 없다	둘	셋	넷	그 이상	무응답
제	1,082	723 (66.8)	260 (24)	65 (6.0)	14 (1.3)	15 (1.4)	5 (0.5)
무응답	8	4 (50)					4 (50)
20세 이하	22	18 (82)	3 (14)	1 (4)			
21~25	68	58 (85)	9 (13)	1 (1.5)			
26~30	93	68 (73)	17 (18)	7 (7.5)	1 (1.0)		
31~35	209	156 (74)	43 (21)	9 (4.3)		1 (0.5)	
36~40	218	140 (64)	59 (27)	12 (5.5)	4 (1.8)		
41~45	188	115 (61)	54 (29)	12 (6)	5 (3)	1 (0.5)	1 (0.5)
46~50	127	69 (54)	40 (31.5)	13 (10)	2 (1.6)	3 (2.4)	
51~55	83	57 (69)	15 (18)	5 (5.8)	2 (2.4)	4 (4.8)	

費 料

56~60	35	20 (57)	9 (26)	4 (11)	2 (5.7)
61세 이상	31	18 (58)	11 (35)	1 (3.2)	1 (3.2)

<第38表> 銀行別 去來店舗數

	계	귀 은 행 의	둘	셋	넷	그 이 상	무 응답
제	1,082	723 (66.8)	260 (24)	65 (6)	14 (1.3)	15 (1.4)	5 (0.5)
조 흥	154	107 (69.5)	38 (24.7)	8 (5.2)		1 (0.6)	
제 일	289	209 (72.3)	64 (22.1)	10 (3.5)	3 (1.0)	2 (0.8)	1 (0.3)
상 업	181	117 (64.6)	46 (25.5)	10 (5.5)	2 (1.1)	8 (2.2)	2 (1.1)
한 일	181	124 (68.5)	40 (22.2)	14 (7.7)	1 (0.5)	2 (1.1)	
중 소	120	65 (54.1)	36 (30)	11 (9.2)	3 (2.5)	4 (3.4)	1 (0.8)
국 민	75	52 (69.3)	18 (24)	5 (6.7)			
서 울	41	27 (65.9)	10 (24.4)	1 (2.4)	1 (2.4)	2 (4.9)	
농 협	41	22 (53.6)	8 (19.5)	6 (14.7)	4 (9.8)		1 (2.4)

한便 한個의 銀行에서만 去來하고 있는 사람들은 그 銀行과 다음과 같은 去來를 하고 있다.

<第39表> 한 銀行과만 去來者의 去來計座數

去來計座數	一個計座	二個計座	三個計座	無 應 答	計 N=718
百分率	78.1	16.9	4.5	1.4	100

(註 : N = 718인 것은 한個의 銀行에만 去來하는 사람 723名中 不分明한 것 5를 除去하였기 때문임)

(여기서 한가지 遺憾으로 生覺하는 것은 두個 以上의 口座를 가진 사람이 같은 種類의 預金口座를 두個 以上 가졌는지 그리고 그것이 어느 程度인지 把握하지 못한 點이며 이것은 앞에서도 指摘한 바와 같이 調査對象者는 自己의 去來內容을 남에게 알리고 싶지 않은 特殊한 事件上의 隘路에 基因한 것이다.)

上記表에서 보든 바와 같이 以上的 計座를 (同種이전 異種이전) 가진 사람이 約22%나 된다. 이것도 亦是 去來額에 따라 다음 第40表에서 보는 바와 같이 大體로 두個 以上的 口座를 가진 사람의 率이 높다.

<第40表> 單一銀 行去來者的 預金等級別 種類別 計座數

계	하 나	(1 가지) 다른것 있다	(2 가지) 다른것 있다	무 응답
723	561 (77.6)	115 (15.9)	33 (4.6)	14 (1.9)
무 응답	5			5 (100)

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調查

A	급	533	442 (82.9)	67 (12.5)	17 (3.1)	7 (1.5)
B	급	139	100 (71.9)	28 (20.1)	9 (6.4)	2 (1.6)
C	급	36	14 (38.8)	16 (44.4)	6 (16.8)	
D	급	5	3 (60.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	
E	급	4	1 (25.0)	3 (75.0)		
F	급	1	1 (100)			

<第41表> 單一銀行去來者의 銀行別計座 및 預金種類

	계	그 럴 다	다른것 있다 (1)	다른것 있다 (2)	무응답
계	723	561 (77.6)	115 (15.9)	33 (4.6)	14 (1.9)
조 흥	107	88 (82.2)	13 (12.1)	6 (5.7)	
제 일	205	157 (76.6)	35 (17.0)	7 (3.4)	6 (3.0)
상 업	117	96 (82.0)	14 (11.9)	6 (5.3)	1 (0.8)
한 일	123	91 (73.9)	26 (21.1)	6 (5.0)	
총 소	65	55 (84.6)	10 (15.4)		
국 민	52	33 (63.4)	12 (23.0)	5 (9.8)	2 (3.8)
서 울	27	22 (81.4)	2 (7.4)	3 (11.2)	
농 협	22	19 (86.3)	3 (13.7)		
무 응답	5				5 (100)

<第42表> 單一銀行去來者의 成長地別計座數 및 預金種類

	계	그 럴 다	다른것 있다 (1)	다른것 있다 (2)	무응답
계	723	561 (77.6)	115 (15.9)	33 (4.6)	14 (1.9)
무 응답	11	6 (54.4)			5 (45.6)
농 촌	213	171 (80.2)	30 (14.0)	11 (5.4)	1 (0.4)
중 도 시	321	243 (75.8)	63 (19.7)	10 (3.0)	5 (1.5)
기 타	178	141 (79.2)	22 (12.3)	12 (6.9)	3 (1.6)

다음 預金主는 무엇을 基準으로 「좋은 銀行」이라는 印象(image)을 가지게 되는가? 于先調查對象者 1,082名이 各地方에서 가장 좋다고 指摘한 銀行은 다음과 같다.

資 料

<第43表> 가장 좋은 銀行은?

金融機關名	朝興	商業	第一	韓一	서울	中企	國民	農協	大同小異	無應答	計
指摘人員數	74	104	229	111	16	38	29	9	461	11	1082
調對 人員	154	181	289	181	41	120	75	41			1082
查象 店舖	26	26	27	28	11	28	37	16			199

여기서 한가지 注意할 것은 調査對象者の 數와 上記 人氣(?)順位가 같은 傾向이라는 點이다.勿論 大部分은 그 銀行이 좋다고 生覺하기 때문에 그 銀行과 去來하는 것이고 또 去來하는 銀行이기 때문에 좋은 銀行이라고 生覺하는 것이 當然하다고 생각한다. 더욱이 現地面接者가 그 銀行職員이었기 때문에若干의 「바이어스」가 介入되었다는 事實도 否定하기가 어렵다. 이 點에 對하여 現地調查員을 訓練시킬때에도 格別히 注意를 시킨 바 있다. 卽「당신네 銀行이 第一 좋지요」라는 對答이 나왔을 때에는 特히 「제가 그 銀行員이라고 하여서 그 렇게 말씀하지 마시고 보다 더 좋은 銀行이 있다면 우리도 그 銀行의 좋은 點에 본을 떨 作定이나 公正하게 말씀하여 주십시오」라는 말을 꼭 하도록 하였다. 그렇다고 하여 그 각 現地調查員이 自己勤務機關에 對한 忠誠心이 發揮되지 않았다는 保障은 없으나 本調查對象을 計座數의 比例에 따라서 抽出한 만큼 去來者가 많은 機關에 對하여 好評이 나온다는 것은 想像할 수도 있을 뿐 아니라 다음 表를 보면 어느 程度 客觀的으로 나타났음을 느낄 수 있다. 第44表는 去來者들이 가장 좋은 銀行으로서 自己가 去來하는 銀行을 指摘한 境遇와 다른 銀行을 指摘한 것을 區分할 表이다.

<第44表> 各銀行去來者別 金融機關人氣選擇比率

계	1,082	自己去來銀行	다른은행	기 타	무응답
계	1,082	901 (83.3)	169 (15.6)	5 (0.5)	7 (0.6)
조 흥	154	131 (85.1)	22 (14.3)	1 (0.6)	
제 일	289	261 (90.3)	23 (8)		5 (1.7)
상 업	181	158 (87.3)	22 (12.2)		1 (0.5)
한 일	181	151 (83.4)	29 (16)	1 (0.6)	
중 소	120	82 (68.3)	36 (30)	2 (1.7)	
국 민	75	60 (80)	14 (18.7)	1 (1.3)	
서 울	41	32 (78)	9 (22)		
농 협	41	26 (63)	14 (34)		1 (3)

여기서도 亦是 第一銀行의 人氣가 第一인것 같다. 다른 銀行을 指摘한 사람들은 가장 좋은 銀行은 아니지만 다른 要件(例를 들면 距離·顏面等) 때문에 去來를 하고 있다는 것이다.

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

前記한 第43表에서 모든 銀行은 大同小異 (即 特別한 preference가 없는) 하다는 461名을
除外한 621名은 그네들이 指摘한 가장 좋은 銀行인 理由를 다음 表에서 보는 바와 같이 말
하고 있다.

<第45表> 가장 좋은 銀行이라고 한 理由

理 由	建設과 施設이 좋다	서비스가 좋다	位置가 좋다	其 他	無 應 答	計
去來數	94名	341名	78名	93名	15名	621名

即 가장 좋은 銀行의 어느 點이 좋으냐는 質問의 約 半數가 서비스가 좋다고 하고 있다.
親切하고 正確하고 빠른 서비스인 것이다. 그러나 서비스를 重要觀하는 것은 下記表에 보는
바와 같이 반드시 預金額이 많은 所謂 重要 去來先이나 또는 學歷이 높은 사람들에 限定된
것이 아님을 注意할 必要가 있다.

<第46表> 가장 좋은 銀行은 어느 點이 좋은가? (預金等級別)

계	전 물 시설	서 비 스	位 置	其 他	無 應 答	
계	621	94 (15.15)	341 (54.91)	78 (12.54)	93 (14.96)	15 (2.45)
무응답	4		3 (75.0)		1 (25.0)	
A 급	417	67 (16.06)	229 (54.9)	52 (12.4)	61 (14.5)	8 (1.9)
B 급	140	21 (15)	73 (52.14)	17 (12.14)	23 (6.43)	6 (4.29)
C 급	51	6 (10.9)	28 (53.9)	9 (15.6)	7 (12.7)	1 (1.9)
D 급	5		5			
E 급	4		3 (75)		1 (25)	

이러한 事實은 다른 面으로도 엿볼 수 있다. 即 調査對象者中 다른 어떤 銀行과 去來를
하다가 中斷한 經驗이 있는 사람이 352名에 達한다. 이러한 352名中 約 半數 以上이 移舍等
으로 因하여 距離가 멀어졌기 때문에 去來를 中止하고 다른 銀行으로 옮겼는데 이 事實은
于先 그 理由가 納得이 간다. 即 銀行과의 距離가 強한 誘致要件임은 앞에서 指摘한 바도 있
다. 그러나 352名中 55名이 即 約 15.6%가 不親切하기 때문에 去來를 中斷하였다는 것이다.
여기에는 「다른 더욱 좋은 銀行」으로 옮긴 29名 即 8.2%를 合하면 無慮 23.8% (全體의 7.8%)
나 된다. 銀行員 하나 하나의 親切의 表示가 銀行의 經營에 미치는 影響이 이렇게 크다는 點
을 매우 注意할 必要가 있을 것 같다.

<第47表> 가장 좋은 銀行은 어느 點이 좋은가? (學歷別)

계	전 물 시설	서 비 스	위 치	기 타	무 응답
계	621	94 (15.14)	341 (54.91)	78 (12.56)	93 (14.97)

	資 料					
무 응답	4	2 (50)	1 (25)		1 (25)	
무	5	1 (20)		4 (80)		
국회 한글해설	14	2 (14.29)	9 (64.28)	2 (14.29)	1 (7.14)	
국 촐	75	11 (14.67)	40 (53.3)	11 (14.67)	12 (16)	1 (13.33)
총 촐 퇴	114	22 (19.3)	67 (58.8)	12 (10.5)	13 (11.4)	
교 촐 퇴	220	30 (13.64)	119 (54.07)	26 (71.82)	41 (18.63)	4 (1.82)
대 촐 퇴	181	25 (13.81)	102 (56.35)	23 (12.76)	24 (13.25)	7 (3.81)
그 이 상	8	1 (12.5)	3 (37.5)		1 (12.5)	3 (37.5)

<第48表> 去來中斷經驗有無 및 中斷理由

理 由	經 驘 無	不 親 切	殘 額 無	距 離 가 멀 어 져	融 資 關係	貸 越 關係	보 다 좋 은 銀 行 으 로	其 他	말 못 할 事 情	無 應 答	計
百分率	67.3	5.1	4.0	12.0	2.1	0.6	2.7	3.0	1.6	1.6	100

그런데 各金融機關에서 去來先擁護에 恒常問題가 되는 貸越이나 融資關係로 去來를 中斷한 사람의 比率이 比較的 높다는 것은 去來處의 維持를 為하여 過度한 無理를 할 必要性이稀薄한 것을 示顯하고 있는 것 같다.

以上에서 預金主들의 銀行去來行爲의 몇 가지를 檢討하여 보았다.

다음에 預金勸誘를 為한 宣傳用語(어디에 돈이 必要한가)의 選擇基礎를 提供하는 同時に預金主들의 銀行에 對한 不平을 들어 보기로 하겠다.

于先 가까운 將來에 어떤 「목돈」이 必要하다고 對答한 사람들에게 그 「목돈」의 用途를 물어서 다음과 같은 結果를 얻었다.

<第49表> 「목돈」의 用途

1. 事業運營費	226件	2. 住宅購入 및 補修	90件
3. 教育費	41件	4. 家具 其他 物品購入	40件
5. 結婚費	35件	6. 副業 또는 新規事業資金	33件
7. 負債整理	6件	8. 其他	16件

勿論 上記表는 銀行에 預金을 가진 사람의 用途라는 點에 注意하여야 할 것이다. 故로 例를 들면 「負債整理」같은 用語는 銀行에 預金을 하고 있지 않은 一般人들에게는 보다 더 매력적인 말인지도 모른다. 如何間에 上記 用途들은 銀行의 宣傳用語를 作成할 때에 利用할 수 있는 用語들이다.

마즈막으로 預金主들이 銀行과 去來함에 있어서 不便한 點이라고 提示한 事實을 集計하여 보기로 한다.

去來誘致手段에 關한 社會心理學的 調査

<第50表> 指摘된 不便한 點

1. 距離가 멀다	205	2. 手續이 느리다	80
3. 推尋制度가 없다	8	4. 不親切하다	39
5. 正確하지 못하다	8	6. 其他	100
7. 없다	728	8. 無應答	10

(註: 한 사람이 두가지 以上 提示한 사람이 있다.)

上記 第50表에 依하면 不便한 點이 없다고 한 사람이 728名이나 된다. 이들은 大體로 現在의 去來에 滿足하고 있거나 또는 銀行은 으례이 그려한 곳이며 그 以上 어떻게 할 수 없는 것이라고 생각하는 사람들이다. 특히 注目할 것은 距離가 멀어서不便하다는 사람이 205名이다. 이들은 自己가 있는 곳과 去來하고 있는 銀行사이에 다른 銀行이 있는 사람들이다. (現地面接員에게 特別히 이 카테고리에 限하여 그렇게 하도록 하였음) 卽 보다 더 가까운 銀行이 있음에도 不拘하고 그 銀行과 去來하고 있다는 點이다.勿論 이러한 사람들의 경우 그러한 距離의 差異는 거의 無視할 수 있을 程度로 近距離가 아니기 때문에 「距離가 멀어서不便하다고」 말할 것이다. 故로 이들의 預金을 계속 維持하게 하는 것은 다른 要件 例를 들면 顏面關係等이 아닌가 生覺된다.

이 點에 對하여 다음과 같이 말할 수 있을지도 모른다. 卽 「가장 큰 誘致動機(다른 모든 與件이 같을 때에)는 顏面關係이다. 다시 말하면 私的인 關係(informal relations)이다. 去來主는 親切한 씨비스를 願하고 있으며 그러한 씨비스를 期待하기 때문에 아는 사람이 있는 銀行을 찾는 것이다」라고 上記 第50表의 手續이 느리다는 것은 親切의 内容에 關한 問題이며 또한 其他的 100名도 嚴密하게 말하면 「不親切」 카테고리에 屬한다고 할 수 있는 것이相當히 있었다.

7. 結論

以上 大體로 本調查의 結果를 檢討하여 보면 가장 強한 去來動機는 「特別한 待遇의 期待」라고 말할 수 있다. 이러한 特別한 待遇를 期待하고자 去來人們은 다른 모든 銀行을 제쳐놓고 아는 사람이 있는 銀行을 選擇하는 傾向에 있다고 하겠다. 故로 각 銀行은 現地 店舗의人事政策에 적어도 이러한 面을 反映시키는 것이 賢明할 것 같다. 卽 다른 特別한 事由가 없는 限一線店舗職員은 緣故地에 配置하라는 것이다.勿論 이러한 政策은 「不美스러운 事件」을 誘發시킬 危險性을 內包하고 있을지 모르나 그러한 「不美스러운 事件」은 다른 어떠한 制度에 依하여 防止하도록 努力하는 것이 좋을 것 같다.

參考로 一線店舗의 支店長 및 次長의 地緣關係를 보면 다음과 같다. 卽 一線 部長 支店長 272名中 206名이 그들의 出身地 以外의 곳에서 勤務하고 있으며 出身地에서 勤務하고 있는 部長 支店長은 66名에 不過하다. (農協除外) 이러한 現象은 다른 行政機關에서도 엿볼 수

資 料

있으나前述한 바와 같이預金誘致에 있어서의支店長의役割이特히至大함과아울러이點을勘案할때一應考慮되어야할점이라고思料된다.이點은次長級의境遇도마찬가지다.出身地가반드시緣故地라고할수없으나總215名中出身地店舗에서勤務하는次長은不過76名이며나머지139名이出身地以外의곳에서勤務하고있다.또한現在의生活本據地와完全히떨어져있는支店長이75名이며次長級은24名에不過하다.이들의生活本據地는大體로서울이다.그러나多幸이도其他職員은大體로그地方出身者が차지하는比率이壓倒的인實情이어서現地預金主와의結緣維持에寄與하는바가크다.

둘째로各銀行間의友好關係를害치면서過多競爭하거나無理한融資惠澤을供與하면서까지預金을誘致하는것은一般的으로보아別로成果가없는것같다.

셋째로宣傳의效果는高額去來層에는大端치않은實情이다.또한物品에依한宣傳은大體로巨額去來者에게置重되고있는傾向이니그것이預金誘致에直接的으로作用을하지못하고있는形便이므로그配布者에對한改善이必要한것같다.

넷째로去來의秘密이「絕對로保障」된다는事實을納得시키는宣傳은預金誘致에특히有用할것같다.

다섯째預金階層에對한分析的研究는預金誘致戰略에意外로크게利用할수있을것으로생각된다.

끝으로營業用建物職員의服裝과勤務態度職員에對한特別한待遇等은金融機關에對한綜合的인公信力造成에直接的으로關聯이되며따라서金融機關·業務擴張을爲한훌륭한宣傳手段이된다고하겠다.