

초등학생의 소비자교육과 소비자능력

제 미 경 (인제대학교 가족·소비자학과 교수)

김 영 옥 (인제대학교 가족·소비자학과 강사)

본 연구의 목적은 첫째, 소비자교육의 효과를 검증하기 위해서 소비자교육을 받은 실험집단과 받지 않은 통제집단간에 소비자능력(역할태도, 지식, 기능)에 차이가 있는가를 규명하고 둘째, 소비자능력에 영향을 미치는 변수를 파악하는 것이다.

연구방법은 실험연구로 A초등학교 5학년생 80명을 대상으로 소비자교육을 받은 실험집단 43명과 소비자교육을 받지 않은 통제집단 37명을 분석대상으로 하였다. 이중 실험집단은 2000년 2학기에 주 1회씩 20시간 동안 학교 자유재량수업 시간에 소비자교육을 받은 집단이다. 실험집단과 통제집단 모두에게 2000년 8월에 사전검사를 2000년 12월에 사후검사를 실시하였다. 자료분석방법은 빈도, 백분율, 평균, 표준편차, Paired t-test, ANCOVA, Multiple Regression이고, SPSS Win을 사용하였다. 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 소비자기능에 있어서 대응표본 T검증 결과 실험집단은 소비자교육실시 전에 비해 교육 실시 후 소비자기능이 통계적으로 유의하게 증가하였고 ($p < .001$), 통제집단의 경우 유의한 차이가 없었다. 또한 실험집단과 통제집단간 소비자교육 실시에 따른 소비자기능의 차이를 검증하기 위한 공변량분석(ANCOVA)에서도 소비자교육 효과는 유의한 것으로 나타났다($p < .001$). 둘째, 소비자역할태도에 있어서 대응표본 T검증 결과 소비자교육을 받은 실험집단은 교육 실시 전에 비해 교육 실시 후 소비자역할태도가 증가하였으나 그 정도는 미약하였다. ($p < .1$). 통제집단의 경우 유의한 차이가 없었다. 그런데 실험집단과 통제집단간 교육 실시에 따른 소비자역할태도의 차이를 검증한 공변량분석에서는 소비자교육 효과는 유의한 것으로 나타났다($p < .05$). 셋째, 소비자지식에 있어서는 소비자교육을 받은 실험집단과 통제집단간에 유의한 차이가 없었다. 넷째, 소비자기능에 영향을 미치는 변수는 ①어머니의 소비자기능 ②소비자교육유무 ③용돈기록(항상)전혀) ④성별(남)여) 순으로 나타났고, 이 변수들의 설명력은 53.9%로 나타났다. 소비자역할태도에 영향을 미치는 변수는 ①소비자교육 유무 ②어머니의 소비자기능이었으며 설명력은 20.6%이었다. 끝으로 소비자지식에는 소비자교육 유무가 유일하게 영향을 미치는 것으로 나타났고, 41%를 설명하고 있었다.

위의 결과는 체계적인 소비자교육은 소비자능력 개발에 필수적임을 확인시켜주고 있다. 6개월간 주 1회의 교육으로도 소비자기능과 역할태도의 향상을 이룬 것으로 보아 학교에서 자유재량시간을 활용해 체계적인 소비자교육을 실행하는 것이 필수적이며 시급하다. 또한 어머니의 소비자기능이 아동의 소비자기능과 역할태도 향상에 중요한 영향을 미치므로 어머니에게도 소비자교육을 실시하는 것이 중요하다. 끝으로 용돈기록의 습관은 소비자기능의 향상에 유용하므로 학교와 가정에서 아동에게 용돈기록을 생활화하도록 교육하는 것이 필요하다.