

소비자교육과 관련 변수가 초등학교 학생의 소비자능력에 미치는 영향

제 미 경* · 김 영 옥**

인제대학교 가족·소비자학과 교수* · 인제대학교 가족·소비자학과 강사**

The Effect of Consumer Education and Other Related Factors on the Consumer Competency of Elementary School Children

Jae, Mie-Kyung* · Kim, Young-Ok**

*Associate Professor of Dept. of Family and Consumer Sciences, Inje University**
*Instructor of Dept. of Family and Consumer Sciences, Inje University***

Abstract

The objectives of this study are to investigate whether consumer education affects the consumer competency and to find out which factors including consumer education affect the consumer competency of elementary school children.

The subjects of this study were 43 children at fifth grade to participate in consumer education(experimental group) and 37 children not to participate(control group). Consumer education program was executed for total 20 hours in a semester. Surveys were also conducted twice times to get data for consumer competency and the related factors

The findings are as follows : 1) Consumer education has a positive effect on consumer-role attitude and consumer skill according to the result of ANCOVA.

2) The variables affecting the consumer-role attitude are consumer education and consumer skill of mother in that order according to the result of multiple regression. The variables affecting the consumer skill are consumer skill of mother, consumer education, record of a cashbook and gender in that order. The only variable affecting the consumer knowledge is consumer education.

주제어(Key Words): 아동소비자(child as consumer), 소비자교육효과(the effect of consumer education), 소비자능력(consumer competency), 사전-사후실험설계(pre-post control design)

I. 서 론

오늘날 아동은 부모에게 자신이 원하는 고가의 상품이나 서비스를 사줄 것을 빈번히 요구할 뿐만 아니라 자신의 욕구와 선호에 따라 원하는 물건을 직접 사기도 하는 독립적인 소비자로서 활동하고 있다. 또한 가족의 구매의사결정에서도 중요한 의견선도자가 되고 있다. 따라서 올바른 소비자역할 수행을 위해서는 아동들도 소비자능력을 갖추는 것이 필수적이 되었다. 소비자능력을 향상시켜 소비자문제를 예방하고 합리적인 소비생활을 영위하기 위해서는 아동을 위한 소비자교육이 반드시 필요하다.

특히 아동을 대상으로 하는 소비자교육은 아직 발달중인 아동에게 소비에 관련된 지식과 태도, 행동을 가르치는 것이며, 나아가 성인의 소비자능력에도 영향을 미친다는 점에서 특히 중요하게 인식되어야 한다(황덕순·김미라, 1997). 이처럼 아동에 대한 소비자교육은 중요함에도 불구하고 소비자교육 프로그램의 실시와 관련된 연구는 거의 없다. 따라서 교육효과 측면에서 중요성과 필요성이 가장 우선되는 아동을 위한 소비자교육 관련 프로그램의 개발과 그 프로그램의 효과 검증에 관한 연구가 시급히 이루어져야 한다.

이러한 상황에서 본 연구는 아동을 대상으로 소비자교육 프로그램을 직접 실시하고 통제집단과 실험집단을 대상으로 사전과 사후의 소비자능력을 측정하여 소비자교육 효과를 체계적으로 검증하여 보고자 한다. 또한 소비자교육 뿐만 아니라 소비자능력 관련 요인들을 함께 분석하여 영향력을 파악해 보고자 한다. 본 연구를 통해 아동의 소비자능력 향상을 위한 구체적인 실천적인 제언을 할 수 있을 것으로 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 아동소비자 교육현황

1) 오프라인 아동소비자교육

소비자교육이 체계적으로 이루어질 수 있는 공간은 학교이고 소비자교육을 효율적으로 실시하기 위해서는 적절한 교육과정의 필요하다. 초등학교에서의 소비자교육은 '소비자교육'이라는 독립과목은 없고, 주로 실과교육과정에서 도입하여 실시하고 있다. 일본에서

도 역시 특별활동을 통하여 사회과, 가정과에서 실시하고 있으며, 일상생활에서도 가족의 일원으로서 협력하면서 동시에 학교에서 배웠던 것을 실천할 수 있도록 하고 있다. 우리나라 초등학교 소비자교육은 양에 있어서 4·5·6차 교육과정 개정 때마다 소비자교육의 비중이 증가하여 왔지만 7차 교육과정의 경우는 양적인 측면의 감소로 내용의 대부분이 구매기능과 기본 경제교육에 치우쳐 있다는 지적을 하고 있다(박명희 외, 2000).

아동소비자교육의 내용영역에 대한 분류는 김영옥(1999)의 경우 소비자의식, 금전관리, 구매, 개인 및 공공자원의 사용, 소비자의 권리와 책임의 5개 영역으로, 박명희 외(2000)는 가치관 교육, 자원관리교육, 합리적 구매교육, 소비자 시민교육의 4개 영역으로 분류하고 있다. 코네티컷주 교육부(1983)는 소비자교육을 위한 가치체계, 의사결정절차, 소비자를 위한 권리와 책임, 경제체계 내 소비자역할 등의 4개 영역으로 분류하고 있고 각 영역별로 육성해야 할 능력 내용을 연령에 따라 제시했다. 또한 최근에는 정보사회의 출현과 더불어 소비자교육에 정보기술, 구매의사결정, 재무관리, 소비자주의의 4개 영역을 제시한 연구(배운정, 김기옥, 2000)도 있다.

최근들어 소비자교육 프로그램들이 개발되고 있는데, 아동소비자의 화폐관리교육 프로그램 개발에 관한 연구(성영애 외, 2001)와 6·7세 아동을 위한 소비자교육 프로그램에 관한 연구(정혜정, 1997)가 있다. 그러나 교육을 실시해서 체계적으로 교육 효과를 측정하는 연구는 아직 없는 실정이다.

한국소비자보호원에서는 1997년부터 초·중학교를 대상으로 소비자경제교육시범학교를 운영하고 있다. 초등학교의 경우 무주, 신흥, 수성, 문흥, 탑산, 전남 초등학교이고 중학교의 경우 김포, 행당여, 광명여, 예산중학교이며 주요 내용은 다음의 <표 1>과 같다.

2) 온라인 아동소비자교육

정보화사회로 진입함에 따라 온라인 교육이 활성화되고 있고 이에 발맞추어 소비자교육을 위한 인터넷 사이트도 생겨나고 있는 추세이다. 그러나 소비자교육과 관련된 자료를 담고 있는 사이트는 많아도 아동을 대상으로 본격적인 소비자교육을 위한 사이트는 아직 드물다.

국내의 경우 초등학교와 언론기관의 소비자교육 사이트를 들 수 있다. 한국소비자보호원 지정 소비자경제교육 시범학교들 중 부산 수성초교와 광주 문흥초

〈표 1〉 소비자경제교육 시범학교 현황¹⁾

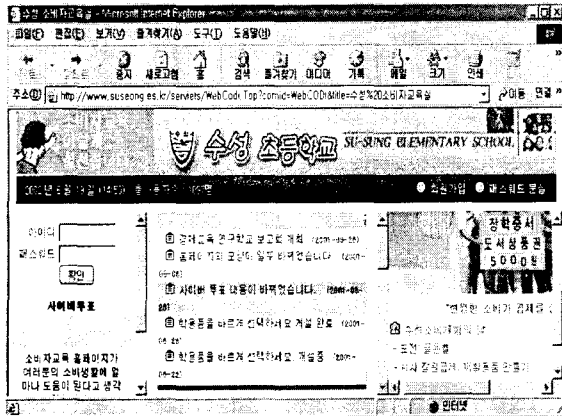
구분	회	학교명	상황	핵심내용
초등학교	2	무주(전북)	완료(98-00)	합리적 소비교육 여건 조성: 정보수집, 자료실 운영 경제정보활용 교수-학습: 열린 교수 수업 실생활 관련 소비체험 활동: 알뜰시장 체험
	3	신흥(군포)	완료(99-01)	소비자경제교육 여건 조성 교수-학습 도안 개발 /실행: 학습과정안 체험학습을 통한 바람직한 소비생활태도 배양 (체험기록장, 알뜰지혜)
	4	수성(부산)	완료(00-02)	체험활동을 통한 소비자교육
	5	문흥(광주)	진행중(01-03)	ICT활용교육을 통한 소비자교육
	6	전남(광주)	신규(02-04)	실생활의 다양한 체험을 통한 소비자교육
중학교	1	김포(경기)	완료(97-99)	교수-학습지도안 개발 합리적 소비의식 함양: 소비생활기록장 건전소비생활태도 함양: 알뜰시장 개설 운영
	1	행당여(서울)	완료(97-99)	교수-학습지도안 개발 소비자주권 능력 배양: 구매의사결정 활동 근검절약정신 강화: 자원재활용지도
	3	광명여(경기)	완료(99-01)	체험역할중심 학습지도안 바람직/건전한 소비: 소비생활 모의체험, 행사중심 모의체험(경제신문, 학습자료 등)
	5	예산(충남)	진행중(01-03)	소비절약 체험학습을 통한 합리적인 소비태도 형성

교 2곳에서 소비자교육사이트를 구축하고 있다. 2곳 모두 체계적으로 소비자교육 내용 학습을 다루기보다 선생님과 학생간의 상호작용을 통해서 교육이 이루어지는 커뮤니티 형태를 취하고 있다. 광주 문흥초교 사이트의 주요 내용은 ICT 활용자료코너, 소비생활안내, 경제교양코너, 소비생활정보, 소비자경제 관련 행사 코너, 커뮤니티광장이다. 부산 수성초교 사이트 주요 내용은 알뜰 소비도우미, 수성어린이 신문고, 소비자정보마당, 사이버물물교환, 학부모나눔터이다.

매일경제신문은 매경어린이경제교실 사이트(www.connie.co.kr)를 운영하고 있다. 사이트의 주요 내용은 어린이경제박사연구실(나의 스케줄관리, 나의 용돈기입장), 매경어린이경제교실(경제교실이란?, 무엇을 배우나요?), 코니놀이터(경제 OX퀴즈, 코니갤러리), 사이버견학(매일경제와 경제활동, 네오머니와 경제활동), 이야기꽃을 피워요(자유게시판, 어머니게시판), 경제소식(경제뉴스, 오늘의 경제용어)이다.

미국의 경우 소비자단체에서 아동·청소년 소비자교육 사이트를 구축하고 있다. 대표적인 아동 대상 온라인 소비자교육 사이트로는 미국의 소비자연맹(Consumer Union of U.S.)이 운영하는 Zillions을 들 수 있다. Zillions은 콘텐츠가 매달 바뀌어 많은 교육량을 담고 있으며 교육내용도 소비자교육의 궁극적 목표인 비판적 사고와 인식에 초점을 두고 있다. 또한 접근방식에 있어서도 아동·청소년 기자단의 참여를 중심 축으로 하여 일반 아동·청소년들 모두의 참여를 통해 상호 학습하는 과정을 취하고 있다. 주 메뉴를 보면 우리 생활의 맹점(소비생활 상황제시, 토론), 피자 카드, 돈에 대한 궁금증, 투표(소비생활 안전투표), 장난감테스트(어린이기자단의 주관적 평가)이다.

1) 위의 표는 배순영(2001)보고서의 별책 부록에 있는 표를 재구성한 것임



〈그림 1〉 부산 수성초교 사이트(www.suseong.es.kr)



〈그림 2〉 Zillions의 초기화면(www.Zillions.org)

2. 소비자능력

1) 소비자능력의 구성요소

소비자능력의 개념과 구성 요인에 대한 학자들의 견해는 다양하나 이기춘(1999)은 소비자능력이란 개인이 다양한 소비활동의 장에서 적절하게 역할 수행을 할 수 있게 하는 역량 또는 능력으로서 소비자역할을 현명하게, 효율적으로 수행하기 위해서 필요한 소비자지식, 소비자태도, 소비자기능의 총체라고 하였다.

소비자역할태도는 소비자가 특정 현상에 대하여 지속적으로 갖고 있는 신념과 감정으로서(박순덕, 1999), 이기춘(1985)은 소비자권리와 소비자책임으로 영역을 구분하고 소비자역할태도를 통해 소비자의 행동경향을 기대할 수 있기 때문에 특히 소비자 능력을 학습하는데 소비자역할에 대한 태도가 중요하다고 보고 있다.

소비자지식이란 소비자가 합리적인 판단력을 가지고 현명한 의사결정을 하기 위해 필요한 지식으로 지식을 가진 소비자는 현명한 의사결정을 함으로써 스스로의 권익을 돌볼 수 있다(이기춘, 1999). 낮은 소비자지식 수준은 비합리적인 소비자행동과 소비자권익을 침해하고 있기 때문에 소비자 복지 향상을 위해서는 소비자지식이 향상되어야 한다.

소비자기능은 합리적인 소비행동을 위한 활동능력을 의미하는데 국내의 많은 선행연구들은 소비자기능을 구매기능과 금전관리기능으로 분류하고 있다(김숙희, 1996; 신혜선, 1994).

2) 소비자능력과 관련 요인

소비자능력에 영향을 미치는 요인으로는 아동의 성별에 따라 소비자능력에 차이가 있다는 연구들(이기춘, 1985; Moschis & Churchill, 1978)과 용돈 기록 여부에 따라 차이가 있다는 연구들(황덕순·김미라, 1997; 제미경·김효정, 2001)이 있다. 또한 어머니의 소비자기능이 아동의 소비자능력에 영향을 미친다는 연구들(김영옥, 1987; 제미경·김효정, 2001)이 있다. 아동이 지각한 어머니의 소비자기능이 높은 집단은 아동의 소비자기능이 높았다. 부모와의 소비에 대한 의사소통 그리고 또래와의 소비에 관한 의사소통(황덕순·김미라, 1997; 천경희, 1987; Moore, R. L. & Stephens L. F., 1975)이 소비자능력에 영향을 미치는 요인이라고 보고한 연구들이 있다. 의사소통과 소비자능력간의 관계에 관한 연구결과는 연구마다 차이를 보였다.

III. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서 살펴보고자 하는 연구문제는 다음과 같다.

〔연구문제 1〕 소비자교육은 초등학생의 소비자능력(역할태도, 지식, 기능)에 어떤 영향을 미치는가?

〔연구문제 2〕 소비자능력에 영향을 미치는 제 변수들(소비자교육유무, 성별, 어머니의 소비자기능, 친구와 소비에 대한 의사소통, 부모와 소비에 대한 의

사소통, 용돈의 기록)의 영향력은 어떠한가?

2. 연구방법

1) 소비자교육 내용

소비자교육의 내용은 소비자교육교재인 '소비자보호와 친구하기'(마산YMCA, 2000)에 있는 내용을 토대로 소비자교육을 실시하였다. 구체적인 내용은 다음 <표 2>와 같다. 소비자교육 내용의 분류는 김영옥(1999)이 제시한 학교 소비자교육내용 영역 분류를 기준으로 하여 작성하였다.

2) 소비자교육대상자 선정 및 교육기간

본 연구의 연구방법은 실험연구로 민간소비자단체가 주체가 되어 자유재량시간에 소비자교육을 받기를 원하는 교장선생님이 계신 초등학교 5학년생을 대상

으로 소비자교육을 받은 실험집단 43명과 소비자교육을 받지 않은 통제집단 37명을 분석대상으로 하였다.

이중 실험집단은 2000년 2학기에 주 1회씩 20시간 동안 학교 자유재량 수업 시간에 소비자교육을 받은 집단이다. 소비자교육은 소비자학을 전공하는 대학생 중에서 초등학교 소비자교육을 실시하기를 원하는 16명이 4명씩 팀을 짜서 민간소비자단체 간사의 지도 하에 한 팀이 5주씩 4개 모둠으로 나누어 실시하였다.

3) 조사대상 및 조사일시

소비자교육의 효과를 분석하기 위해 실험집단과 통제집단 모두에게 2000년 8월 28일에 사전검사를 2000년 12월 22일에 사후검사를 실시하였다. 소비자교육을 받지 않은 초등학교 집단은 소비자교육을 받은 집단의 학생과 같은 학교, 같은 학년에서 답입

<표 2> 소비자교육 내용

소비자의식	소비가치와 생활양식	소비가치관 경매와 게임
	사회성원으로서의 소비의식	수입제품과 소비자
금전관리	화폐와 구매력	나는 과연 얼마나 가지고 있을까? 우리집에는 과연 얼마나 있을까
	소득(용돈)의 소비	올바른 경제 생활체험을 위한 용돈기입장작성하기
	저축과 신용	금융기관 알아보기
구매	구매의사결정과정	구매계획 세우기
개인 및 공공자원	개인자원의 이용	벼룩시장 개최 에너지 사용량 비교
소비자의 권리와 책임	소비자의 권리와 책임의 소개	소비자의 8대 권리
	정보 및 선택관련 권리와 책임	과자포장의 표시 내용 학교 앞 문방구에서 판매하는 물건 중에 유해하다고 생각하는 물건은 과연 어떤 것일까?
	환경관련 권리와 책임	환경신문 만들기
	소비자보호법과 기구	민간소비자단체
	소비자문제와 해결과정	소비자피해와 관련된 해결방안 찾기 소비자피해보상규정
기타		음식과 소비 설문지를 통한 오락실 이용 분석

〈표 3〉 제 변수들의 측정값과 신뢰도

변수	문항수	범위	신뢰도계수 (사후검사)
소비자역할태도	14	14-70	.61
소비자기능	17	17-85	.87
친구와의 의사소통	3	3-15	.51
부모와의 의사소통	4	4-20	.73
어머니의 소비자기능	5	5-25	.75

교사의 협조를 받을 수 있는 반을 선정하여 담임교사의 협조를 얻어 설문조사를 실시하였고, 소비자교육을 받은 집단은 소비자교육을 실시하는 소비자단체 간사와 전공학생의 협조를 얻어 실시하였다.

4) 조사도구

(1) 소비자능력

소비자지식에 관한 문항은 민간소비자단체의 소비자교육 교재인 '소비자보호와 친구하기'에 있는 내용을 토대로 하여 소비자교육을 실시한 내용안에서 작성하였다. 소비자역할태도와 소비자기능에 대한 문항들은 박순덕(1998), 이기춘(1985), Owen(1976) 등의 선행연구에서 사용된 문항들을 본 연구에 적절하게 수정하였다.

소비자역할태도는 소비자책임과 권리에 관한 14개 문항에 대해 '적극 반대' 1점부터 '적극 찬성' 5점까지의 Likert 척도를 이용하여 측정하였으며 점수는 14점부터 70점까지 분포한다.

소비자지식은 소비자교육을 실시한 교육내용 중 소비에 관한 지식을 측정하는 15개의 문항으로 구성되었는데, 틀린 답에는 0점, 맞는 답에는 1점을 준 후 총점수를 구하였다.

그리고 소비자기능은 금전관리, 구매기능, 물품관리에 대한 17개 문항으로 구성되었으며 각 문항에 대해 '전혀 그렇게 하지 않음' 1점에서 '항상 그렇게 함' 5점까지의 Likert 척도를 통해 측정하였고 점수는 17점부터 85점까지 분포한다.

(2) 의사소통

의사소통에 관한 문항은 여러 선행 연구들(Moschis, 1976; 김영옥, 1987; 제미경·김효정, 2001)을 토대로 토대로 하여 작성하였다. 친구와의 의사소통은 3개 문항으로 구성되었으며, 부모와의 의사소통은 4개 문항으로 구성되었고 각 문항에 대해 '전혀 그렇지

않다' 1점에서 '항상 그렇다' 5점까지의 Likert 척도를 통해 측정하였다.

(3) 어머니의 소비자기능

어머니의 소비자기능은 초등학생이 바라보는 어머니의 행동에 대해 선행연구들(김영옥, 1987; 제미경·김효정, 2001)을 토대로 하여 5문항으로 작성하였다. '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '항상 그렇다' 5점까지의 Likert 척도를 통해 측정하였고 점수는 5점부터 25점까지 분포한다.

각 척도에 사용한 제 변수들의 측정값과 신뢰도 계수는 〈표 3〉과 같다.

5) 자료분석 방법

수집된 자료는 SPSS Windows를 이용하여, 조사대상자의 특성을 파악하고 소비자능력 수준을 알아보기 위하여 빈도, 평균, 백분율을 구하였고, 제 변수들의 신뢰도 검증을 위해 Cronbach α 를 이용하였다. 소비자교육을 받은 집단과 소비자교육을 받지 않은 집단간에 소비자능력의 차이를 알아보기 위하여 공변량분석(ANCOVA)을 실시하였다. 또한 소비자능력에 영향을 미치는 변수들을 파악하기 위해 중회귀분석을 실시하였다.

6) 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 다음 〈표 4〉와 같다.

IV. 연구결과

1. 소비자교육 효과 분석

1) 소비자역할태도에 대한 소비자교육 효과 분석
실험집단과 통제집단의 소비자역할 태도에 대한 사전·사후검사의 평균과 표준편차를 살펴보면 다음 〈표

〈표 4〉 조사대상자의 일반적 특성

변수	구분	소비자교육을 받은 집단		소비자교육을 받지 않은 집단	
		빈도	백분율(%)	빈도	백분율(%)
성별	남	22	51.2	17	45.9
	여	21	48.8	20	54.1
	총계	43	100.0	37	100.0
용돈액수	5,000원 미만	12	27.8	12	32.4
	5,000원~15,000원 미만	20	46.6	15	40.5
	15,000원 이상	11	25.6	10	27.1
	총계	43	100.0	37	100.0
용돈기입	항상 기록	7	16.3	4	10.8
	가끔 기록	28	65.1	20	54.1
	전혀 기록하지 않음	8	18.6	13	35.1
	총계	43	100.0	37	100.0
용돈주기	매일	14	32.6	5	13.5
	1주일에 한번	14	32.6	16	43.2
	한 달에 한번	8	18.6	5	13.5
	필요할 때마다	7	16.2	11	29.8
	총계	43	100.0	37	100.0
학교성적	상	9	20.9	5	13.5
	중	30	69.8	31	83.8
	하	4	9.3	1	2.7
	총계	43	100.0	37	100.0
어머니의 연령	30대이하	34	79.1	26	70.3
	40대	9	20.9	11	29.7
	총계	43	100.0	37	100.0
어머니의 학력	중졸 이하	2	4.7	6	15.6
	고졸	24	55.8	24	65.6
	전문대졸 이상	17	39.5	7	18.7
	총계	43	100.0	37	100.0

5)와 같다.

소비자교육을 받은 집단의 경우 소비자역할 태도 점수가 사전검사 시 평균 56.74점이었으나 사후검사에서는 58.92로 약간 높아졌다. 그런데 소비자교육을 받지 않은 집단은 사전검사 시 평균 55.28점이었는데 사후검사에서는 55.26으로 많은 변화를 보이지

않았다.

실험집단과 통제집단간의 소비자교육 효과를 검증하기 위해 사전검사 점수를 공변인으로 하는 공변량 분석(ANCOVA)을 하였다. 분석결과 〈표 5〉와 같이 소비자교육은 소비자역할 태도에 의미있는 영향을 미치는 것으로 나타났다($F=8.205, p<.05$). 이는 용돈

〈표 5〉 소비자역할태도 수준

	소비자교육 받은 집단(실험집단)		소비자교육 받지 않은 집단(통제집단)	
	사전검사	사후검사	사전검사	사후검사
점수 범위	47 - 65	51 - 67	47 - 65	41 - 68
평균	56.74	58.92	55.28	55.26
표준편차	4.44	4.82	5.02	5.04
환산평균 (5점 만점)	4.05	4.16	3.95	3.95

〈표 6〉 소비자역할 태도에 대한 공변량분석(ANCOVA) 결과

변량원	제곱합	자유도	평균제곱합	F값
공변인(사전역할태도)	68.331	1	68.331	2.863
집단간(교육유무)	195.832	1	195.832	8.205*
오차	1575.328	66	23.869	
수정합계	1883.826	68		

* p<.05

의 소비, 소비자권리와 책임의 소개, 정보 및 선택관련 권리와 책임, 소비자보호법과 기구, 소비자문제와 해결과정 등의 내용이 포함된 소비자교육을 통해서 비교적 단기간에도 소비자역할태도를 향상시킬 수 있다는 결과를 보여주는 것이다.

2) 소비자기능에 대한 소비자교육 효과 분석

실험집단과 통제집단의 소비자기능에 대한 사전·사후검사의 평균과 표준편차를 살펴보면 다음 〈표 7〉과 같다.

소비자교육을 받은 집단의 경우 소비자기능 점수가 사전검사 시 평균 56.66점이었으나 사후검사에서는 64.23으로 상당히 높아졌다. 이에 반해 소비자교육을 받지 않은 집단은 사전검사 시 평균 56.47점이었는데 사후검사에서는 54.30으로 낮아졌다.

실험집단과 통제집단간의 소비자교육 효과를 검증하기 위해 사전검사 점수를 공변인으로 하는 공변량분석(ANCOVA)을 하였다. 분석결과 〈표 8〉과 같이 소비자교육은 소비자기능에 의미있는 영향을 미치는 것으로 나타났다(F=19.948, p<.001). 즉 소비자교육은 소비자기능의 향상에 긍정적인 효과를 보였다. 외국의 소비자교육 연구결과(Moschis & Moore, 1978; Moschis & Churchill, 1978)에 따르면 청소년을 대상으로 한 학교 소비자교육은 소비자기능을 향상시키는데 거의 기여하지 않는 것으로 나타났으나 초등학생을 대상으로 한 본 연구결과에서는 소비자교육이 소비자기능을 향상시키는데 상당한 기여를 하는 것으로 나타났다. 따라서 소비자교육은 아동기부터 실시되어야 함을 시사해주고 있다.

〈표 7〉 소비자기능 수준

	소비자교육 받은 집단(실험집단)		소비자교육 받지 않은 집단(통제집단)	
	사전검사	사후검사	사전검사	사후검사
점수 범위	33 - 74	42 - 82	36 - 72	33 - 79
평균	56.66	64.23	56.47	54.30
표준편차	9.47	10.95	10.08	11.10
환산평균 (5점 만점)	3.33	3.78	3.32	3.19

〈표 8〉 소비자기능에 대한 공변량분석(ANCOVA) 결과

변량원	제곱합	자유도	평균제곱합	F값
공변인(사전 기능)	1498.574	1	1498.574	15.241***
집단간(교육유무)	1961.487	1	1961.487	19.948***
오차	6686.291	68		
수정합계	10186.000	70		

*** p<.001

〈표 9〉 소비자지식 수준

	소비자교육 받은 집단(실험집단)		소비자교육 받지 않은 집단(통제집단)	
	사전검사	사후검사	사전검사	사후검사
점수 범위	4 - 13	2 - 13	4 - 12	2 - 12
평균	9.51	8.77	8.51	7.76
표준편차	2.18	2.70	2.17	2.23
환산평균 (5점 만점)	3.17	2.92	2.84	2.59

〈표 10〉 소비자지식에 대한 공변량분석(ANCOVA) 결과

변량원	제곱합	자유도	평균제곱합	F값
공변인(사전지식)	71.969	1	71.969	13.434***
집단간(교육유무)	6.116	1	6.116	1.142
오차	412.516	77	5.357	
수정합계	504.800	79		

*** p<.001

3) 소비자지식에 대한 소비자교육 효과 분석

실험집단과 통제집단의 소비자지식에 대한 사전·사후검사의 평균과 표준편차를 살펴보면 다음 〈표 9〉와 같다.

소비자교육을 받은 집단의 경우 소비자지식 점수는 사전검사 시 평균 3.17점이었으나 사후 검사에서는 2.92로 낮아졌다. 그리고 소비자교육을 받지 않은 집단의 경우 사전검사 시 평균 2.84점이었는데 사후검사에서는 2.59점으로 또한 낮아졌다. 소비자교육을 받은 집단이나 받지 않은 집단 모두에서 지식 점수가 낮아졌다.

이러한 현상에 대한 설명을 하자면, 초등학교에서의 수업 내용 중 사회과의 경우를 보면 1학기 교과서에서는 소비자교육 관련 내용을 65.42쪽을 다루나 2학기 교과서에서는 13.14쪽 정도만 다루고 있어(김영옥, 1999) 사전 검사 시점에는 소비자지식 수준이 더 높았으나 사후검사 시점에서는 학습한 내용을 잊어버려 점수가 낮아졌다고 볼 수 있다. 또한 본 소비자교육 내용의 구성이 지식에 편중되지 않은 소비자교육을 실시하였다는 점도 이런 현상의 원인으로 볼 수 있다.

실험집단과 통제집단간의 소비자교육 효과를 검증

하기 위해 사전검사 점수를 공변인으로 하는 공변량 분석(ANCOVA)을 하였다. 분석결과 다음의 〈표 10〉과 같이 소비자교육에는 소비자지식이 의미있는 영향을 미치지 않고 사전검사 시의 소비자지식 점수가 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2. 소비자능력 관련 요인

소비자역할태도, 소비자기능, 소비자지식에 영향을 미치는 세 요인들의 영향력을 파악하고자 하였다. 먼저 소비자교육 변수와 소비자능력 관련 변수들인 성별, 어머니의 소비자기능, 친구와 소비에 대한 의사소통, 부모와 소비에 대한 의사소통, 용돈의 기록 변수들간의 상관관계를 보면 다음의 〈표 11〉과 같다.

소비자교육 유무, 성별, 어머니의 소비자기능, 친구와 소비에 대한 의사소통, 부모와 소비에 대한 의사소통, 용돈의 기록 변수들을 독립변수로 하여 중회귀분석을 하였다. 그 결과는 다음의 〈표 12〉와 같다.

1) 소비자교육, 성별, 용돈 기록은 가변수임

소비자역할태도에 영향을 미치는 변수는 소비자교육과 아동이 지각한 어머니의 소비자기능이었다. 소비자교육을 받은 집단인 경우($\beta = .345$), 아동이 지

〈표 11〉 각 변수들간의 상관관계

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1) 소비자교육 유무	1.000					
2) 성별	.107	1.000				
3) 어머니의 소비자기능	.254*	-.031	1.000			
4) 친구와 소비에 대한 의사소통	.170	-.103	.093	1.000		
5) 부모와 소비에 대한 의사소통	.076	-.132	.526**	.183	1.000	
6) 용돈의 기록	-.177	.168	-.212	-.032	-.212	1.000

* p<.05 **p<.01

〈표 12〉 소비자역할태도·기능·지식의 회귀분석 결과

변수	소비자역할태도		소비자기능		소비자지식	
	b	β	b	β	b	β
소비자교육(실시=1, 미실시=0)	3.648	.345**	7.276	.297**	1.181	.245*
성별(남성=1, 여성=0)	-.189	-.021	-4.274	-.203*	-9.3E-02	-.022
어머니의 소비자기능	.402	.279*	1.423	.427***	-1.5E-02	.874
친구와 소비에 대한 의사소통	.264	.108	9.902E-06	.000	-.205	-.183
부모와 소비에 대한 의사소통	-3.8E-02	-.026	.353	.105	.139	.204
용돈 기록(항상=1, 전혀=0)	-.980	-.061	8.866	.267*	.564	.083
(가끔=1, 전혀=0)	-1.677	-.155	1.185	.048	-.236	-.048
상수	46.771		21.743		7.924	
R2	.230		.566		.054	
수정된 R2	.206		.539		.041	
F값	9.284***		20.902***		4.16*	

* p<.05 **p<.01 ***p<.001

각한 어머니의 소비자기능이 높을수록($\beta = .279$) 소비자역할태도는 긍정적이었다. 위 두 변수는 소비자역할 태도의 23%를 설명해주고 있다.

소비자기능에 영향을 미치는 변수는 소비자교육, 성별, 아동이 지각한 어머니의 소비자기능, 용돈기록(항상)전혀) 4개의 변수로 나타났다. 영향력이 큰 순서로 보면, 아동이 지각한 어머니의 소비자기능이 높을수록($\beta = .427$), 소비자교육을 받은 집단인 경우($\beta = .297$), 용돈의

기록을 '항상 하는 집단'이 '전혀 하지 않는 집단'보

다($\beta = .267$), 그리고 여자인 경우($\beta = -.203$) 소비자기능 수준은 높았다. 위의 4개의 변수들은 소비자기능의 56.6%를 설명해주고 있었다.

끝으로 소비자지식에 영향을 미치는 변수는 소비자교육이 유일하였다. 소비자교육을 받은 집단인 경우($\beta = .245$) 소비자지식에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 5.4%를 설명해주고 있었다. 소비자지식에 대한 소비자교육의 효과를 보기 위해 공변량 분석으로 분석했을 때는 유의하지 않았으나 소비자능력 관련 변수들을 같이 고려하여 소비자교육만의 영

향력을 볼 때는 소비자지식에 긍정적인 영향력을 나타냈다.

이상의 결과를 종합해 볼 때 현 상황에서는 학교 교육과정에 포함되어 체계적이며 의도적으로 실시하는 소비자교육뿐만 아니라 자유재량시간에 추가적으로 실시하는 소비자교육이 매우 효과적임을 보여준다. 이러한 이유는 자유재량시간에 실시한 소비자교육이 일상생활에서 아동들이 경험하고 느끼는 현상을 반영하여 실천적인 측면을 강조한 체험적인 교육이었기 때문으로 볼 수 있다. 그리고 어머니의 소비자기능은 아동의 소비자역할태도와 소비자기능 향상에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 가정에서 주로 행해지는 소비자교육 방법인 관찰과 모방을 통한 우연적인 학습이 소비자능력 개발에 중요함을 보여주는 것으로 해석해볼 수 있다. 그 외에 성별과 용돈기록의 여부에 따라 소비자기능에 차이를 보였는데, 집안에서 아동들이 용돈의 쓰임새를 기록만이라도 한다면 소비자능력 중 실천적 영역인 소비자기능을 향상시킬 수 있음을 나타내준다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 소비자교육이 소비자능력 개발에 미치는 효과를 검증하기 위하여 사전-사후 통제집단 실험설계법으로 실험을 하고, 또한 소비자교육을 포함하여 소비자능력 관련 요인들의 상대적인 영향력을 분석해 보고자 하였다.

연구결과를 간략히 제시하면, 소비자교육은 사전-사후 통제집단 실험 결과 소비자역할 태도와 소비자기능 향상에 긍정적인 효과를 보였다. 그리고 소비자능력 관련 요인들의 영향력을 보면 소비자역할 태도에 영향을 미치는 변수는 소비자교육, 어머니의 소비자기능이었다. 소비자기능에 영향을 미치는 변수는 어머니의 소비자기능, 소비자교육, 용돈기록(항상)전혀), 성별(남/여)이었다. 소비자지식에는 소비자교육이 유일하게 영향을 미치고 있었다.

본 연구의 결과를 토대로 다음과 같이 결론 및 제언을 하고자 한다.

첫째, 체계적인 소비자교육은 소비자능력 개발에 필수적이다. 본 연구에서 행한 6개월간 주 1회의 교육으로도 소비자역할태도, 기능과 지식에 긍정적인 효과를 거둔 것으로 보아 아동들의 소비자능력 개발을 위해 학교 자유재량시간을 활용한 체계적이고 실

천적인 소비자교육을 실행하는 것이 필수적이며 시급하다. 현 상황에서 학교에서의 소비자교육 실행을 위해서는 보다 다양하고 쉽게 소비자교육을 실시할 수 있도록 소비자교육 자료의 개발과 지원이 필요하다. 특히 정보화 사회라는 시대적 흐름에 맞추어 시·공간적 제약이 적은 온라인 상에서의 소비자교육 프로그램이 개발되는 것이 우선적으로 이루어져야한다.

둘째, 어머니의 소비자기능은 아동의 소비자기능과 역할태도 향상에 중요한 영향을 미친다. 따라서 아동의 소비자능력 개발을 위해서는 어머니들의 소비자교육 필요성 인식과 그에 따른 실천이 이루어져야한다. 어머니의 소비자능력 향상은 현재의 가정과 아동이 형성할 미래의 가정에도 긍정적 영향을 미친다는 사실에 대한 홍보가 이루어져야한다. 이를 위한 구체적인 실천 방안으로는 현재 학부모를 위한 평생교육 강좌가 학교에서 활발하게 이루어지고 있으므로 평생교육 강좌에 소비자교육 강좌를 포함시키는 것이 필수적이다. 강좌의 내용 구성은 '소비자교육 필요성을 인식시킬 수 있는 내용'과 어머니들의 소비자교육 요구를 충족시켜줄 수 있는 내용' 그리고 '아동의 소비자사회화에 필요한 내용'을 모두 망라하여 다루어져야 한다.

끝으로 용돈기록의 습관은 소비자기능의 향상에 유용하다. 그러므로 학교와 가정에서 아동에게 용돈기록을 생활화하도록 지도하여 소비자로서 갖추어야 할 실천적 측면의 능력을 향상시키는 것이 필요하다. 이를 위한 구체적인 실천 방안으로 전국의 아동을 대상으로 '1인 1 용돈기입장 갖기' 운동을 펼치는 것이 필요하다. 한 예로 어린이날 선물로 용돈기입장을 주어서 어린 시절부터 용돈 기록을 실천하게 하여 소비자능력을 지닌 성인으로 성장하도록 도울 수 있다.

본 연구는 민간소비자단체와 대학교에서 한 지역의 한 학교만을 대상으로 실시한 소비자교육의 효과를 분석하였다. 따라서 실험대상자의 수가 작다는 한계점이 있으나 이러한 사전-사후 통제집단 실험설계법을 사용한 초기의 연구라는데 의의를 찾을 수 있다. 앞으로의 연구에서는 소비자교육내용을 좀더 보완하고 다양한 교육방법을 사용하여 소비자교육을 실시하며, 소비자교육의 효과를 분석하기 위해 좀 더 정교한 소비자능력평가 척도에 대한 개발이 이루어져야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 김숙희(1996), 청소년 소비자의 소비행태 및 소비자기능, 건국대학교 석사학위논문.
- 김영옥(1999), 학교 아동소비자 교육내용의 구성과 분석, 서울대학교 박사학위논문.
- 김영옥(1987), 아동소비자기능 및 관련 요인에 관한 연구, 서울대학교 석사학위논문.
- 마산YMCA(2000), 소비자보호와 친구하기.
- 박명희 외(2000), 21세기 소비환경 변화에 따른 학교 소비자 교육의 방향 연구보고서.
- 박순덕(1999), 청소년의 소비자 능력과 관련 변수, 동국대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 배순영(2001), 온라인 소비자교육 체제 구축방안 연구, 한국소비자보호원, 연구보고서2001-01
- 배운정·김기옥(2000), 정보사회의 소비자교육내용 체계화를 위한 연구, 소비자학연구, 11(4), 63-84.
- 성영애 외(2001), 아동소비자의 화폐관리교육 프로그램 -초등학교 고학년을 중심으로-, 한국가정관리학회지, 19(1), 111-130.
- 신혜선(1994), 청소년기 자녀의 소비자사회화 유형과 소비자능력에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 이기춘(1985), 소비자능력개발을 위한 소비자교육에 관한 연구, 서울대학교 박사학위논문.
- 이기춘(1999), 소비자교육의 이론과 실제, 서울, 교문사.
- 정혜정(1997), 6·7세 아동을 위한 소비자교육 프로그램, 원광대학교 석사학위논문.
- 제미경·김효정(2001), 소비자교육 유무에 따른 초등학생의 소비자능력 평가에 관한 연구, 소비문화연구, 4(1), 25-44.
- 천경희(1987), 청소년의 소비자사회화에 관한 연구, 서울대학교 석사학위논문.
- 홍영기·최선경(1988), 아동소비자문제 연구, 한국소비자보호원 조사보고서 88-01.
- 황덕순·김미라(1997), 아동의 소비자능력에 관한 연구, 소비자학연구, 8(2), 119-135.
- Connecticut State Department of Education (1983), Consumer education curriculum (ERIC Document Reproduction Service No. ED 239084).
- Moore, R. L. & Stephens L. F.(1975), Some communication and demographic determinants of adolescent consumer learning, *Journal of Consumer Research*, 2, 80-92.
- Moschis, G. P.(1976), Acquisition of the consumer role by adolescents. A thesis of university of wisconsin-madison.
- Moschis, G. P. & Churchill, G. A.(1978), Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis, *Journal of Marketing Research*, 15, Nov, 599-609.
- Moschis, G. P. & Moore, R. L.(1978), An analysis of the acquisition of some consumer competencies among adolescents. *Journal of Consumer Affairs*, 12(2), 277-291.
- Owen, S. T.(1976), The development of the test of consumer competencies, Ph.D. Dissertation, Northern Illinois University.
- www.connie.co.kr
www.munhung.es.kr
www.suseong.es.kr
www.Zillions.org