

아동소비자의 소비자행동의 합리성에 관한 연구

- 초등학교 고학년 학생을 중심으로 -

A Study on Rationality of Consumer Behavior of Children Consumer

- Focused on the Higher Grade Children in Elementary School -

건국대학교 대학원 가정학과

석사곽현정

지도교수 이승신

Graduate School of Home Economics, Konkuk University

Master : Hyun Chung Kwag

Professor : Seung Sin Lee

목 차

I. 문제제기 및 연구의 목적

II. 이론적 배경

III. 연구방법 및 절차

IV. 연구결과 및 해석

V. 결론 및 제언

참고문헌

<Abstract>

This research focuses on rationality of behavior of children purchasing, using, and disposition in consideration of the importance of children consumers, also the purpose of this research is to provide the basic material of consumer education for children.

This research was conducted a questionnaire survey of enrolled children and their mothers at 4 public and private elementary schools in Seoul and Kyonggi-do area. It progressed from September 2 to September 7 in 2002, and total three hundred eighty six reponses except false entries were analyzed using SPSS/PC+ program.

The results of the research are as follows; rationality of consuming behavior of children is higher when they are girls, their grades are lower, allowance' amount is larger and children record their allowance, children have lots of the experience of consumer education, children are less influenced by their group.

주제어(Key Words): 아동소비자(children consume), 소비자행동(consumer behavior), 구매(purchasing), 사용(using), 처분(disposition), 합리성(rationality)

Corresponding Author: Hyun Chung Kwag, Department of Home Economics, The Graduate School of Konkuk University, 1 Hwayangdong, Kwanggingu, Seoul 143-701, Korea Tel: 82-2-450-3778 Fax: 82-2-444-1058 E-mail: vision705@naver.com

I. 문제제기 및 연구의 목적

대중소비사회에서 인간의 욕구는 무한하고, 다양하나 사용할 수 있는 자원은 한정되어 있기 때문에 소비자로서의 욕구를 충족시키고 생활의 질적 향상을 이루기 위해서는 올바른 선택을 하고 효율적으로 배분·사용하는 소비행동능력을 갖추는 것이 필요하다. 특히 아동기는 소비자로서의 초기 사회화 경험이 중요한 시기로, 이 시기에 형성된 화폐에 대한 태도와 가치관이 성인기의 소비자행동에도 영향을 미치며, 바람직한 소비생활을 하려면 어릴 때의 소비습관이 중요하다.

아동은 아동용품이나 간식 등을 직접 구매하기도 하지만, 자신의 욕구에 따른 어떤 특정상품이나 용역을 필요로 하기 때문에 부모의 구매행동에 영향을 줌으로써 실질적인 소비자로서의 비중이 커지고 있으므로 이 시기에 올바른 가치관을 정립하고 소비행동에 대해 바른 습관을 가져야 할 필요가 있다. 또한, 용돈은 아동에게 돈의 가치와 증식의 원리를 가르치는 도구가 될 수 있으며, 용돈 관리가 경제마인드를 갖는데 가장 효과적인 방법 중 하나임을 확신한다. 그러므로, 부모들은 매달 정기적으로 용돈을 주고 그것을 제대로 사용할 수 있게 하는 용돈 교육을 시킬 필요가 있다(이승신 외, 2002).

오늘날 전반적으로 제품의 품질이 향상되어 사용가능기간이 상당히 길어졌으나 제품을 오랜기간 사용하려는 의식과 행동수준은 낮다. 또한 구매전에 구매계획을 세우고, 정보를 수집하고 수집한 정도를 활용하여 구매하는 수준도 매우 낮다. 특히 환경정보론 측면에서 처분자로서의 소비자역할이 중요해졌음에도 불구하고 추후에 쓰고자 보관은 하지만 교환이나 기증의 정도는 가장 낮은 것으로 나타났다. 그러나, 아동들이 성인이 된 미래사회는 자연자원의 제약 등 자원상황이 현재와는 달라질 가능성이 높으므로 현재와 미래의 소비자인 아동에게 금전과 자원을 소비하는데 있어서 최소의 투입으로 최대의 효과라는 경제적 원칙에 따른 결정을 할 수 있도록 절약의식 및 계획적인 소비의식이 체득되도록 하여야 한다. 또한, 아동이 현재의 소비자로서 뿐만 아니

라 미래의 소비주체인 학생들의 건전한 소비가치관과 의식 및 소비 습관이 올바르게 형성하고 합리적인 용돈관리와 소비생활을 유도하기 위한 소비자교육을 실시하는 것이 필요하며, 아동 소비자를 대상으로 한 연구의 동향을 살펴 본 결과, 소비자학 분야에서 수행된 아동과 관련된 연구들은 아동의 소비자행동(곽병로, 1997; 권명희, 1998; 김창렬, 1998; 이정주, 1994, 최향미, 1998, 권미화, 2000)이나 능력(백선미, 1995; 신옥주, 1989; 황덕순·김미라, 1997)과 관련된 것이어서, 아동의 소비자행동의 합리성에 관한 연구는 소수에 불과하였다.

따라서 본 연구는 아동기의 소비태도나 가치관은 성인기의 소비자행동에 영향을 미치기 때문에 소비자사회화의 결정적인 시기이며 합리적인 소비생활을 하려면 이 시기의 소비생활습관이 매우 중요하다는 점에 기초하여, 아동소비자의 소비자행동의 합리성을 구매행동의 합리성, 사용행동의 합리성, 처분행동의 합리성 영역으로 분류함으로써 아동소비자들의 소비자행동의 합리성과 관련 변수들을 파악하는 데 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. 아동소비자의 개념과 특성

일반적으로 넓은 의미의 아동기라고 하면 유아기를 포함하는 것으로 대략 출생에서부터 12~14세 즉, 청소년기에 들어가기 전까지를 말한다. 좁은 의미의 아동기는 6~7세에서 12~14세의 시기로서 유아기를 지난 다음의 단계로서, 이 시기는 초등학교 재학시기와 거의 일치한다(이기춘, 1999). 오늘날의 아동소비자는 다음과 같은 특성을 갖고 있다.

첫째, 지속적인 경제성장으로 인한 가계소득 수준이 높아지고, 가정에 있어서 자녀수가 감소되어 아동의 지위가 향상됨에 따라 아동 소비자가 쓸 수 있는 자유재량 소비액이 증가되었다. 둘째, 부모의 자녀 양육태도가 과잉보호적이고 지나치게 허용적이어서 자녀의 충동적인 욕망에 대해 관대하므로

현대 아동소비자는 소비에 대한 욕망의 절제를 잘 하지 못한다.

한편 오늘날의 아동소비자는 다음과 같은 소비자 문제를 갖고 있다.

첫째, 8~11세 아동소비자가 겪는 소비자문제를 조사한 결과, 아동은 특정 물품의 구매의사 결정시 상품의 질을 확인하기 어렵고 가격과 상품가치와의 관계를 알지 못하는 어려움을 겪고 있었다. 둘째, 아동소비자는 TV광고로부터 영향을 크게 받고 인기 연예인이나 친구에 대한 모방문제로 인해 합리적인 소비를 하지 못하는 것으로 나타났다(이기춘, 1999).

따라서 아동소비자의 소비자문제를 줄이기 위해서는 스스로 문제를 인식하고 문제를 해결해 나갈 수 있는 능력을 키워주는 것이 필요하다. 이는 소비자교육을 통해 체계적으로 교육되어야 효과적이다. 이와 함께 학교 주변 환경에 대한 규제도 요구된다.

2. 소비자행동의 개념적 정의

소비자행동의 개념 규정을 보면, Burk(1967)는 재화와 용역의 선택과정 및 사용과정에 관련되는 재활동을 포함하는 것이라고 서술하고 있으며, Zaltman(1983)은 소비자행동이란 '개인, 집단, 조직이 제품, 서비스 및 그 밖의 자원을 획득하고 사용하며, 이로 인한 경험을 통해서 나타내 보이는 행동, 과정 및 사회적 관계'로 정의하고 있다. 이 정의에 의하면 소비자 행동에 구매, 사용 및 처분에 따른 경험 등에 관련된 행동은 물론 사회적 상호작용관계도 포함시키고 있다.

1) 구매행동

구매는 일반적으로 가게가 시장거래를 통하여 화폐를 지불하고 대가로 제공받는 재화와 용역이다. 또한, 소비자가 접하게 되는 많은 상품들에 대해서 구매의사를 결정하고자 하는 일은 쉬운 일이 아니다(김태욱, 2001). 아동소비자는 상점에 혼자 가는데서 독립감을 느끼며 구매행위를 통해서 두 가지 만족을 느낀다. 첫째는 구매한 상품으로부터 생기는 만족감이며, 둘째는 자신이 스스로 구매했다는 성취

감이다. 따라서 아동에게 있어 구매행위는 중요한 독립심의 표현이 될 수 있다(이기춘, 1999).

2) 사용행동

사용은 가게에서 욕구의 충족을 위해 재화 및 용역을 활용하는 것이다. 가게가 먼저 재화와 용역을 획득하고 난 다음 사용하지만, 어느 일정기간 동안 욕구충족을 하기 위해 사용하는 재화 및 용역은 같은 기간 동안 획득한 재화 및 용역과 반드시 일치하지 않을 수도 있다(이승신 외, 1996). 또한 재사용(reuse)은 '불용하게 된 것을 원상유지하여 다시 사용하는 것'을 말한다(노영래, 1999).

3) 처분행동

처분이란 제품을 통한 욕구를 충족시킨 후 처리활동으로 여타의 소비활동이 가족에서 사회로 이전되는 것과는 달리 이 분야의 활동을 상당부분이 가족내에 남아있다. 최근의 자원관리문제는 처분활동을 강조하고 있다. 왜냐하면 이 문제들이 희소한 자원의 관리와 바람직한 환경의 유지가능성에 영향을 미치기 때문이다(박명희, 1996). Jacoby(1976)는 개별 소비자에서 이루어지는 중요 처분활동의 개념적 분류를 개발하고 그 분류의 포괄성을 결정하기 위하여 개별면접을 행하였으며 그는 이 연구에서 내구 소비재의 처분의사결정을 검토한 후 '어떤 요인이 소비자가 행한 처분결정에 영향을 주는가'에 근거하여 그 영향요인을 세 가지 범주로 구분하였는데, 이에 심리적 특성, 제품의 특성, 제품외적 상황요인들이 포함된다고 하였다.

3. 관련 변수 고찰

1) 사회경제적변수

(1) 성별

성별에 따른 소비자능력은 일반적으로 차이가 없는 것으로 나타나고 있으나 부분적인 영역에서는 차이가 있다. 정영미(1999)의 연구결과에 따르면, 종합적인 소비행동에 있어서 여학생이 남학생보다 바람직한 소비행동을 하고 있는 것으로 나타났으며,

이승신 외(1998)의 연구에서는 성별과 과소비와의 관계는 상반된 견해가 나타나고 있다.

(2) 학년

본 연구에서는 학년이 올라감에 따라 연령도 증가한다고 보고, 연령과 학년을 함께 논하고자 한다. 정순옥(1987)의 연구에서는 학년이 낮은 중학교 2학년의 경우에 소비자기능이 더 높은 것으로 나타났고, 김은수(1990)의 연구에서도 청소년을 대상으로 소비자 기능을 연구한 결과 저학년이 고학년보다 소비자기능이 더 합리적이라고 하였다.

(3) 아동의 주관적 가계소비수준

이지영(1998)의 합리성과 관련된 연구에서는 초등학생과 중학생의 경우 가계 생활수준을 높게 인식할수록 비합리적 소비성향이 낮게 나타났다. 하지만 김지희(1989)의 연구에서는 부모의 소득수준에 따라 청소년의 소비자 기능 수준은 유의한 차이를 나타내지 않았다.

(4) 어머니의 연령

Mammen 과 Whan(1987)의 연구결과에서 보면, 모의 연령이 과소비 영향요인으로 가족생활주기가 높을수록 과소비 성향이 높게 나타났으며, 김미라(1999)에 따르면, 어머니의 연령은 아동의 구매 요구행동, 어머니의 요구수용정도와 대응행동에 상관이 없으나, 어머니의 자녀에 대한 소비자사회화 수행에는 정적인 상관을 가지는 것으로 나타났다.

(5) 어머니의 직업

권명희(1998)의 연구를 보면, 비취업 어머니의 아동이 취업한 어머니의 아동보다 건전한 소비행동을 보이며 부모의 아동에 대한 관심도가 높을수록 아동은 건전한 소비자행동을 보였다. 또한, 김은수(1990)에 따르면, 어머니의 직업 유무에서 유의한 차이가 나타났는데 어머니의 직업이 없는 경우 바람직한 소비자 기능 수준은 더 높게 나타났다.

(6) 어머니의 학력

윤중희(1978)의 연구에 따르면, 어머니의 소비자 교육 태도는 자녀의 소비자행동에 유의한 상관이 있으며, 어머니의 교육수준이 높을수록 자녀에 대한

소비자교육이 철저하여서 자녀의 소비자행동이 완전하다고 하였다. 한편, 송은경(1997)의 연구 결과 어머니의 교육수준이 높을수록 청소년 자녀의 과소비 높아지는 연구결과도 있었다.

2) 용돈관련변수

용돈이란 자녀에게 주어진 것으로 그 원천에 상관없이 소비하거나 저축하거나 간에 자신이 임의로 처분할 수 있는 돈으로 규정할 수 있다. 따라서 학교 납부금, 학교 저축, 교과서·참고서 대금 등 학교 생활에서 일정액이 요구되어 자녀 자신의 의사와 상관없이 부모로부터 당연히 지출되는 것은 제외된다고 볼 수 있다(성화선, 1999). 한편 용돈관리행동은 학자 또는 연구목적에 따라 용돈에 대한 지출계획과 지출과정에서의 용돈기입장 기록, 용돈 사용 후의 평가 과정으로 구분하기도 하고(김영신 외, 1999), 용돈관리태도, 용돈지출행동(한은하, 1991)을 포함하기도 한다.

우리나라 대부분의 가정에서는 용돈을 '아이들 군것질, 혹은 오락비'로 생각하는 경향이 짙다. 군것질이나 오락비, 학용품 구입비를 주면서 갖고 싶다는 비싼 옷, 학용품 등을 선뜻 사주는 것은 바람직하지 못하다. 소비주체로서 훈련받을 기회가 없어지기 때문이다. 또한, 아동소비자에게 소비자기능의 수행경험을 쌓게 하는 것도 중요한데, 특히 용돈을 정기적으로 주어 금전관리 경험을 가지게 하는 것이 효과적이다. 화폐는 그 자체로서 어떤 가치를 지니는 것은 아니지만 재화나 서비스를 필요로 할 때 그것을 제공받기 위한 교환의 수단으로서 중요한 가치를 지닌다(이승신 외, 2002).

(1) 용돈크기

양경순(1993)의 연구결과 금전관리와 상관관계는 비교적 낮은 금액의 용돈이 금전·절약적 소비행동을 보인다고 하였다. 정영미(1999)의 연구결과에서도 월 용돈액수가 적을수록 소비자행동에 있어서 계획성을 띠는 것으로 나타났다.

(2) 용돈지급주기

정희자(1987)의 연구에서는 청소년의 소비자행동

을 소비행동과 구매행동으로 분류하여 연구하였는데, 그 결과 청소년 소비자 행동의 일반적 성향은 소비행동보다 구매행동이 더 합리적인 것으로 나타났으며, 용돈지급이 정기적인 때가 그렇지 않은 때보다 소비행동이 더 합리적이었다. 한편, 정영선(2002)의 연구에서는 한달에 한번 정기적으로 용돈을 받는 집단에서 소비자지식 수준이 높게 나타났다.

(3) 용돈기입장기록여부

이승신 외(2002)의 연구결과에 따르면 전국 초등학교 3~6학년생 500명과 이들의 어머니 500명을 대상으로 조사한 결과 용돈기입장을 쓰게 한 경우 학용품 구매, 저축 등에 용돈을 많이 사용했다. 반대로 기입장을 쓰지 않는 경우 군것질 등에 지출하는 비중이 높은 것으로 조사돼 어린이의 건전한 소비를 위해서는 부모의 관심이 필요한 것으로 나타났다.

3) 소비자교육 관련 변수

(1) 학교소비자교육경험

학교는 체계적인 소비자교육을 통하여 아동의 소비자능력을 개발할 수 있는 가장 중요한 기관이다. 아동들은 직접 광고나 구매경험을 통해서 소비생활에 참여하고 있으므로 소비자교육은 가능한 한 빨리 실시될수록 더욱 효과적이며, 어린시절부터 소비생활에 대한 바람직한 가치와 태도를 갖게 해주는 것은 매우 중요하다. 따라서, 소비자교육은 가치체계의 발전과 건전한 의사결정 능력을 키우기 위하여 필요하며, 나아가 아동들이 직접 경험하는 금전적인 피해를 구제하고 그들의 생명과 안전을 직·간접으로 보호하기 위해서 일찍부터 시작되어야 한다. 즉, 합리적인 의사결정을 키우는 소비자교육의 목적을 가장 효과적으로 달성하기 위해서는 조기 소비자교육이 필요하다(이기춘, 1999).

이기춘(1995)의 학년수가 소비자능력에 가장 중요한 영향을 미치는 변인이라고 보고한 연구에서처럼 학교 소비자교육이 소비자능력에 유의하다는 국내연구들이 있는 반면, Moore 등(1975)은 여러 가지 이유로 정규 소비자교육이 다양한 소비자기능 학습에 미치는 영향이 적다고 보고하였다. 또한,

Polachek 등(1989)은 아동이 학교교육을 통해 아동 자신의 소비효율성을 향상시킬 수 있는 것은 물론이고, 부모까지도 더 효율적인 소비자가 되게 할 수 있다고 하였다.

(2) 가정소비자교육경험

가정은 사회구성의 기본단위이며 인간이 살아가는데 있어서 가장 기본적이고도 중요한 장이 된다. 인간의 생활양식에서 큰 비중을 차지하는 것이 소비생활방식인데 합리적인 생활방식이 이루어지기 위해서는 소비자가 가정에서 학습할 기회를 가져야 한다(정영선, 2002). 그리고 가정에서 소비자 교육의 주체는 부모인데, 특히, 저연령 아동의 경우 제도화된 교육보다 가정 교육의 비중이 크고, 이들에 대한 소비자 교육은 도달상태의 교육이 아니라 출발상태의 교육이므로 가정에서의 소비자교육의 중요성은 더욱 더 크다고 하겠다(이원영, 1998).

황현선(1996)에 따르면 소비자 능력에 영향을 미치는 변수 중 하나가 가정에서의 소비자 경험이었다. 또한 광병로(1997)의 연구에서는 어머니의 영향력이 아동소비자의 구매 및 상표결정에 가장 크게 작용하였다고 하였다.

4) 사회화 관련 변수

(1) 매스컴의 영향

아동 소비자는 일반적으로 인지발달이 아직 미숙한 상태이기 때문에 충분한 여과수용능력을 가지지 못했고, 소비경험도 부족하며, 소비자 교육 기회가 충분하지 못했던 데다가, 욕망을 잘 절제하지 못하고, 대중매체에 과다노출되어 있어서 광고에 의해 강한 영향을 받는다(백선미, 1995). 광고는 아동소비자들의 구매경험 부족이나 본능적인 신뢰감을 악용하며, 프로그램과 광고를 구별하지 못하는 아동의 능력부족을 악용하기도 한다(이기춘, 1999). 이러한 상황이므로 아동들에게 사회적·상징적 소비지향을 절제하고, 대중매체의 동조소비의 문제점을 깨달아 지양하며 광고와 경품의 기능을 올바르게 인식하고 행동경험화를 통해 인식하게 하는 소비자가치관 정립을 위한 소비자교육이 실시되어야 한다.

이기춘(1999)에 따르면, 아동과 청소년에게 미치는 텔레비전 광고의 영향에 관해서는 서로 상반된 견해가 있다. 즉 텔레비전 광고가 청소년들의 소비자행동에 강한 영향을 비치며 비합리적인 선택, 충동구매의 유발 그리고 물질주의적 태도를 형성시킨다는 비판적인 견해가 있는 반면, 텔레비전 광고가 소비자 사회화의 주요 작용인으로서 긍정적인 역할을 한다는 옹호적인 견해가 있다고 하였다.

(2) 또래집단의 영향

김문희(1996)의 연구에서는 준거집단의 영향을 많이 받을수록 과소비성향이 크며, 친구의 영향을 많이 받을수록 대중스타의 영향을 많이 받을수록 과소비성향이 높아지는 것으로 나타났다.

Ward 등(1974)은 아동이 점차 나이가 들면서 부모보다 또래의 영향이 커지며, 또래와의 상호작용은 소비자능력과 관련이 있다고 보도하였다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

〈연구문제 1〉 아동소비자의 소비자행동(구매행동, 사용행동, 처분행동)의 합리성은 어떠한가?

〈연구문제 2〉 아동소비자의 소비자행동(구매행동, 사용행동, 처분행동)의 합리성은 관련 변수(사회경제적변수, 용돈 관련 변수, 소비자교육 관련 변수, 사회화 관련 변수)에 따라 어떠한 차이가 있는가?

〈연구문제 3〉 아동소비자의 소비자행동의 합리성에 대한 관련 변수들의 상대적 영향력은 어떠한가?

2. 조사대상 및 자료수집

본 연구의 조사도구로는 질문지를 사용하였다. 조사대상자는 아동소비자와 초등학생 자녀를 둔 어머니를 대상으로 하였다. 일반적으로 넓은 의미의 아동기라고 하면 유아기를 포함하는 것으로 대략 출생에서부터 12~14세, 즉 청소년기에 들어가기 전까

지를 말하는데, 본 연구에서는 아동소비자의 소비자행동을 분석하고자 하는 본 논문의 목적을 위해 조사대상자는 초등학교에 재학중인 아동소비자로 선정하였는데 1-3학년은 질문지 작성시 어려움이 있을 거라 생각되어 4-6학년 남녀 학생들만을 대상으로 하였다.

조사방법은 조사대상자에게 질문지를 나누어주고 가정에서 아동에 해당하는 문항은 아동이 응답하고 어머니에게 해당하는 문항은 어머니가 기입하도록 하여 회수하였다.

본 조사 실시예 앞서 설문지 문항을 검토하기 위하여 예비조사를 실시하였다. 예비조사는 2002년 8월 26일에서 30일까지 총 60부의 질문지를 면접조사하여 실시하였다. 예비조사를 기초로 하여 질문지를 수정·보완한 후, 본 조사는 2001년 9월 2일부터 2002년 9월 7일 까지 서울시·경기도지역과 공·사립학교를 고려하여 4개 초등학교(서울시 도봉구: ㄷ초등학교와 ㄴ초등학교, 경기도 양주군: ㄹ초등학교와 ㅁ초등학교)를 선정하여 4, 5, 6학년 아동을 대상으로 행하였으며, 각 학년에 40명씩 총 480부를 배부한 결과 총 413부가 회수되었다. 이 중 부실하게 응답하거나 잘못되었다고 판단되는 27부를 제외한 386부(회수 질문지의 93.5%)의 자료를 본 연구의 분석자료로 사용하였다.

3. 조사도구의 구성

본 연구의 조사도구는 질문지로서, 선행연구를 기초로 하여 연구자가 본 연구의 목적에 적합하게 수정·보완하여 작성하였다.

본 조사의 질문지는 아동을 대상으로 하는 문항과 초등학생 자녀를 둔 어머니를 대상으로 하는 문항으로 각각 나누어 구성하였다. 먼저 아동을 대상으로 하는 문항에는 아동의 일반적 사항(성별, 학년, 아동이 인지하는 주관적 가계소비 수준)과 일상적인 소비자행동의 합리성에 관한 21문항, 용돈에 관한 측정 3문항, 학교와 가정에서의 소비자교육 측정 10문항, 마스크와 또래집단 영향 측정 2문항이었다. 그리고 어머니의 경우 일반적 사항(연령, 직업, 학

력)만을 묻는 3문항의 총39문항으로 구성하였다.

이 중 소비자행동의 합리성 관련 변수는 이승신 외(1997), 권미화(2000), 김선희(1997), 김희정(2001)의 연구를 참고로 하여 구매행동의 합리성, 사용행동의 합리성, 처분행동의 합리성의 3개 하위영역으로 나누어 연구목적에 맞게 수정하여 각각의 항목별로 6개의 문항씩 총 18문항으로 구성하였다(표 1). 각 문항에 있어서, 측정방법은 '매우 그렇다(5점)'에서 '전혀 그렇지 않다(1점)'의 5점 Likert척도로 구성하였는데, 이 점수의 척도는 점수가 높을수록 소비자 행동의 합리성 수준이 높은 것으로 측정하였다.

용돈 관련 변수는 강이주(1984), 유재경(1998), 성지은(1994)의 연구를 참고로 하여 각각 용돈 주기, 용돈 크기, 용돈기입장 기록여부의 3문항으로 구성하였다.

소비자교육 관련 변수는 김영옥 외(2000), 권미화(2000), 송순영(1998)의 연구를 참고로 하여 학교소비자교육경험수준, 가정소비자교육경험수준 정도를

묻는 각각 5문항씩 총 10문항으로 측정되며 각 문항은 '매일 접했다(5점)'에서 '거의 접하지 않았다(1점)'의 5점 Likert척도로 구성하였다.

또한, 사회화 관련 변수는 김영신 외(1999), 김효정(2001), 이해은(2001)의 연구를 참고로 하여 매스컴의 영향과 또래집단의 영향 정도를 묻는 각각 1문항씩 총 2문항으로 측정되며 '매우 그렇다(5점)'에서 '전혀 그렇지 않다(1점)'의 5점 Likert척도로 구성하였다.

4. 자료의 분석방법

조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위해 평균, 백분율, 빈도분포를 사용하였다. 사회경제적변수, 용돈관련변수, 소비자교육관련변수에 따른 소비자행동의 합리성 차이를 분석하기 위해 t-test, 일원분산분석(One-way ANOVA)을 한 후, DMR검증(Duncan's Multiple Range Test)을 사용하여 사후검증을 실시하였다. 또한, 관련변수들의 상대적 영향력을 파악

<표 1> 구매·사용·행동의 합리성에 관한 문항 내용구성

아동소비자의 소비자행동 관련 변수	문항 내용
구매행동의 합리성 평가	<ul style="list-style-type: none"> • 나는 물건을 사기 전, 미리 무엇을 살 것인지 계획을 세운다. • 나는 충동적으로 물건을 산다. • 나는 남에게 보이기 위한 구매를 한다. • 나는 물건을 사기 전, 계획에 따라 구입하려는 물건에 대해 여러 가지 정보를 수집하고, 구매할 때 미리 수집한 정보를 참고로 한다. • 나는 가능하면 유명브랜드를 선택한다. • 나는 튼튼함, 편리함, 기능은 고려하지 않고 디자인, 색상 등 외양에만 중점을 두어 고른다.
사용행동의 합리성 평가	<ul style="list-style-type: none"> • 나는 잃어버린 물건은 다시 찾아서 사용한다. • 나는 학용품에 이름을 써 놓는다. • 나는 사용할 수 없을 때까지 사용한다. • 나는 제품을 함부로 다루지 않고 조심스럽게 다루며 깨끗하게 사용한다. • 나는 사용하다가 문제가 생겨 사용할 수 없게 되면 고쳐서 사용할 수 있는 경우 고쳐서 사용한다. • 나는 일회용품을 사용한다.
처분행동의 합리성 평가	<ul style="list-style-type: none"> • 나는 다 쓴 물건은 재활용을 한다. • 나는 다 쓴 물건은 분리수거를 한다. • 나는 물건을 사용하지 않는 경우 같은 종류의 다른 제품이나 다른 종류의 물건과 바꾼다. • 나는 당장 사용하지 않더라도 나중에 이용할 가능성이 있으면 버리지 않고 보관해 둔다. • 나는 더 쓸 수 있지만 유행, 디자인이나 기타 이유 등으로 싫증이 나면 더 이상 쓰지 않는다. • 나는 사용하지 않는 경우 필요한 사람에게 공짜로 준다.

하기 위해 상관관계(Correlation)를 먼저 살펴보고, 다중회귀분석(Regression)을 실시하였다. 이상의 통계처리는 SPSS/PC+프로그램을 이용하였다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 조사대상자의 특성

조사대상자의 일반적 특성은 다음 <표 2>과 같다.

<표 2> 조사대상자의 일반적 특성

N(%)=386(명)

관련 변수	집 단	빈도수	%	평균(표준편차)	
사회 경제적 변수	성 별	남자 여자	171 212	44.4 55.1	-
	학 년	4학년	129	33.5	-
		5학년	125	32.5	
		6학년	129	33.5	
	아동의 주관적 가계소비수준	상	44	11.4	-
		중	334	86.8	
		하	7	1.8	
어머니의 연 령	39세 이하	221	57.4	39세 (3.25)	
	40세 이상	164	42.6		
	취업 비취업	179 199	46.5 51.7		-
어머니의 학 령	고졸이하	254	66.0	-	
	전문대졸 이상	131	34.0		
용돈 관련변수	용돈크기	5000원 이하	121	31.4	12000원 (12885.27)
		5001-10000원	104	27.0	
		10001-15000원	55	14.3	
		15001원 이상	81	21.0	
용돈지급주기	비정기적	116	30.1	-	
	정기적	244	63.4		
용돈기입장기록여부	기록한다	72	18.7	-	
	기록하지 않는다	312	81.0		
소비자 교육 관련변수	학교 소비자교육 경험수준	상	117	30.4	-
		중	127	33.0	
		하	141	36.6	
	가정 소비자교육 경험수준	상	106	27.5	-
		중	141	36.6	
		하	138	35.8	
사회화 관련변수	매스컴의 영향 (TV·인터넷, 신문, 잡지)	상	118	30.6	-
		중	107	27.8	
		하	160	41.6	
	또래집단의 영향	상	110	28.6	-
		중 하	96 179	24.9 46.5	

* 무응답으로 인하여 사례수에 차이가 있음

성별은 남학생이 전체 조사대상자의 44%를 차지하고 여학생은 55%로 여학생이 약간 많았으며, 학년은 4학년과 6학년이 34%의 같은 비율을 나타냈고, 5학년이 32%의 비율로 나타났다. 아동의 주관적 가계소비수준을 보면 소득수준이 중간정도라고 생각하는 경우가 87%로 가장 많았다. 아동소비자의 평균 용돈크기는 12000원이었다. 용돈지급주는 정기적인 경우가 63%, 비정기적인 경우가 30%순으로 나타났다. 또한, 용돈기입장기록여부에 관해서는 기록을 하지 않는 경우가 81%, 기록을 하는 경우가 19%로 나타났다.

조사대상자의 어머니의 평균연령은 39세로 나타났다. 어머니의 직업은 크게 취업과 비취업으로 구분하여 비취업인 경우가 58%로 가장 많았다. 어머니의 학력은 크게 고졸이하와 전문대졸 이상으로 구분하여 고졸이하가 66%로 전문대졸 이상보다 더 많았다.

조사대상자인 아동소비자의 소비자교육 영향 정도를 살펴보면, 학교소비자교육경험수준은 하를 인지하고 있는 집단이 37%로 가장 높게 나타났고, 가정소비자교육경험수준은 중으로 인지하고 있는 집단이 37%로 가장 높게 나타났다. 매스컴의 영향은 하위집단이 42%로 가장 높았으며, 또래집단의 영향은 하위집단이 47%로 가장 높게 나타났다.

2. 아동소비자의 소비자행동의 합리성

1) 아동소비자의 소비자행동의 합리성 수준

아동소비자의 소비자행동의 합리성 수준을 보면

〈표 3〉 아동소비자의 소비자행동의 합리성 수준

관련 변수	평균(표준편차)
구매행동의 합리성 ^{a)}	20.98(3.66)
사용행동의 합리성 ^{b)}	20.96(3.66)
처분행동의 합리성 ^{c)}	20.22(3.37)
전체 소비자행동의 합리성	62.15(3.45)

a) 6문항으로 6-30점씩 분포되어 있음

b) 6문항으로 6-30점씩 분포되어 있음

c) 6문항으로 6-30점씩 분포되어 있음

〈표 3〉와 같다. 먼저 전체 소비자행동의 합리성은 3.45점으로 중간보다 약간 높게 나타났으며, 구매행동의 합리성이 3.66점으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 사용행동의 합리성 3.66점, 처분행동의 합리성 3.37점 순으로 나타나, 다른 소비자행동의 합리성에 비해 구매행동의 합리성 수준이 높았다.

3. 관련변수에 따른 아동소비자행동의 합리성

1) 아동소비자의 사회경제적 변수에 따른 소비자행동의 합리성

사회경제적 변수에 따른 아동소비자의 소비자행동의 합리성을 파악하기 위해 소비자행동을 종속변수로 사회경제학적 특성을 독립변수로 하여 t-test와 일원분산분석(One-way ANOVA)을 하였으며, 소비자행동을 구매행동의 합리성, 사용행동의 합리성, 처분행동의 합리성의 하위영역으로 나누어 차이를 보았다(표 4).

사용행동의 합리성 분석에서는 학년, 아동의 주관적 가계소비수준에 따라 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 학년이 높을수록 사용행동의 합리성은 낮게 나타나, 저학년일 경우 고학년에 비해 사용행동의 합리성이 높음을 알 수 있으며, 아동이 주관적 가계소비수준을 높게 사는 집단일수록 사용행동의 합리성이 높은 것으로 나타났다.

처분행동의 합리성에서는 성별과 학년의 변수가 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났는데, 특히 여학생이 남학생보다 처분행동의 합리성이 높았고, 학년이 높을수록 처분행동의 합리성 수준이 낮음을 알 수 있다. 이러한 결과는 학년이 올라갈수록 소비자교육의 영향을 많이 받기보다는 학생 스스로의 사용행동과 처분행동에 관한 가치관 정립이 보다 선명해지기 때문이라고 생각된다.

2) 아동소비자의 용돈 관련 변수에 따른 소비자행동의 합리성

용돈 관련 변수에 따른 아동소비자의 소비자행동의 합리성을 파악하기 위해 용돈 관련 변수를 독립변수로 하고, 소비자행동의 합리성을 종속변수 하여

〈표 4〉 아동소비자의 사회경제적 특성에 따른 소비자행동의 합리성

관련 변수	집 단	구매행동의 합리성		사용행동의 합리성		처분행동의 합리성		
		평균	D	평균	D	평균	D	
사 회 경 제 적 변 수	성 별 ^{a)}	남	20.98		20.80		19.61	
		여	20.99		21.11		20.69	
		t	-.00		.76		-2.84**	
	학 년	4학년	21.37	a	21.78	a	20.99	a
		5학년	21.14	ab	21.28	a	20.35	a
		6학년	20.42	b	19.82	b	19.29	b
		F	2.70		8.96***		7.08***	
	아동의 주관적 가계소비 수준	상	21.85		22.68	a	20.86	
		중	20.95	n.s.	20.76	ab	20.16	n.s.
		하	19.85		20.00	a	19.00	
	F	.73		4.91**		1.08		
	어머니의 연령 ^{a)}	39세 이하	21.11		20.87		20.07	
40세 이상		20.81		21.08		20.41		
t		.875		-.510		-.882		
어머니의 직업 ^{a)}	취업	20.99		20.69		21.18		
	비취업	20.96		21.18		20.16		
	t	.083		-1.201		.051		
어머니의 학력 ^{a)}	고졸이하	21.09		20.91		20.04		
	전문대졸이상	20.76		21.06		20.56		
	t	.896		-.338		-.318		

P<.01 *P<.001

D) Duncan's Multiple Range Test

a) t검증 한것임

t-test와 일원분산분석(One-way ANOVA)을 실시하였다. 독립변수에는 용돈크기, 용돈지급주기, 용돈기입장기록여부 등을 보았으며, 종속변수인 소비자행동의 합리성은 구매행동의 합리성, 사용행동의 합리성, 처분행동의 합리성을 보았다(표 5).

구매행동의 합리성을 본 결과, 용돈지급주기의 변수가 유의적인 차이가 있는 집단으로 나타났으며, 용돈지급주기가 비정기적인 집단보다 정기적인 집단이 구매행동의 합리성이 더 높은 것으로 나타났다.

사용행동의 합리성 분석에서는 용돈크기와 용돈기입장기록여부의 변수가 유의적인 차이가 있는 집

단으로 나타났으며, 용돈크기의 경우 하위검증결과 10001원 초과인 집단보다 10000원 이하인 집단의 사용행동의 합리성이 높게 나타났다. 또한 용돈기입장을 기록하는 집단이 기록하지 않는 집단보다 사용행동의 합리성이 높은 것으로 나타났다.

처분행동의 합리성에서는 용돈지급주기와 용돈기입장기록여부의 변수가 유의적인 차이가 있는 집단으로 나타났으며, 특히 용돈지급주기가 비정기적인 집단보다 정기적인 집단이 처분행동의 합리성이 더 높음을 알 수 있고, 용돈기입장기록여부의 경우 용돈을 기록하지 않는 집단보다 기록하는 집단의 경우가 처분행동의 합리성이 높음을 알 수 있다.

〈표 5〉 이동소비자의 용돈 관련 변수에 따른 소비자행동의 합리성

관련 변수	집 단	구매행동의 합리성		사용행동의 합리성		처분행동의 합리성		
		평균	D	평균	D	평균	D	
용돈 관련 변수	용돈크기	5000원이하	21.48	a	21.32	a	20.35	n.s.
		5001-10000원	21.25	a	21.80	a	20.71	
		10001-15000원	20.83	a	20.07	b	19.65	
		15001원이상	19.69	b	19.65	b	19.71	
		F	5.03		5.98***		1.60	
	용돈지급 주기	비정기적	20.26		20.43		19.62	
		정기적	21.18		21.11		20.51	
	t	-2.23*		-1.48		-2.13*		
	용돈 기입장 기록 여부	기록한다	21.80		22.25		21.52	
		기록하지 않는다 ^{a)}	20.78		20.65		19.92	
t		2.31		3.14**		3.35***		

*P<.05 **P<.01 ***P<.001

D) Duncan's Multiple Range Test

a) t검증 한것임

3) 아동소비자의 소비자교육 관련 변수에 따른 소비자행동의 합리성

소비자교육 관련 변수에 따른 아동소비자의 소비자행동의 합리성을 파악하기 위해 소비자행동의 합리성을 종속변수로 소비자교육 변수를 독립변수로 하여 일원분산분석(One-way ANOVA)을 하였는데, 소비자행동의 합리성을 구매행동의 합리성, 사용행

동의 합리성, 처분행동의 합리성의 하위영역으로 나누어 분석한 결과는 〈표 6〉와 같다.

구매행동의 합리성, 사용행동의 합리성, 처분행동의 합리성에 대한 분석 결과, 학교에서의 소비자교육경험수준, 가정소비자교육경험수준의 변수에 대한 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 학교소비자교육경험수준과 가정소비자교육경험수준이 높을

〈표 6〉 아동소비자의 소비자교육 관련 변수에 따른 소비자행동의 합리성

관련 변수	집 단	구매행동의 합리성		사용행동의 합리성		처분행동의 합리성		
		평균	D	평균	D	평균	D	
소비자교육 관련 변수	학교 소비자교육 경험수준	상	21.52	a	22.00	a	21.56	a
		중	21.24	a	21.11	a	20.07	b
		하	20.30	b	19.96	b	19.22	b
	F	4.79**		9.08***		13.65***		
	가정 소비자교육 경험수준	상	21.50	a	22.06	a	21.95	a
중		21.17	ab	20.97	b	19.73	b	
하		20.39	b	20.11	b	19.37	b	
F	3.57*		7.56***		17.74***			

*P<.05 **P<.01 ***P<.001

D) Duncan's Multiple Range Test

수록 구매행동의 합리성, 사용행동의 합리성, 처분행동의 합리성 수준이 높게 나타났다.

학교소비자교육경험수준의 경우 구매행동의 합리성과 사용행동의 합리성 상위집단·중위집단과 하위집단간의 차이를 보였고, 처분행동은 중위집단·하위집단과 상위집단간의 차이를 보여주었다. 그리고 가정소비자교육경험수준은 구매행동의 경우 상위집단, 중위집단, 하위집단간에 각각 다른 평균값을 보여주었고, 사용행동, 처분행동에 있어서는 상위집단과 중위집단·하위집단간의 차이가 있는 것으로 나타났다.

4) 아동소비자의 사회화 관련 변수에 따른 소비자행동의 합리성

사회화 관련 변수에 따른 아동소비자의 소비자행동의 합리성을 파악하기 위해 소비자행동의 합리성을 종속변수로 사회화 관련 변수를 독립변수로 하여 일원분산분석(One-way ANOVA)을 하였는데, 소비자행동의 합리성을 구매행동의 합리성, 사용행동의 합리성, 처분행동의 합리성의 하위영역으로 나누어 분석한 결과는 <표 7>과 같다.

구매행동과 처분행동의 합리성을 본 결과, 또래집단의 영향 변수에 따라 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 또래집단의 영향을 적게 받을수록 구매행동의 합리성이 높음을 알 수 있다. 구매행동

의 합리성은 상위집단과 중위집단·하위집단간의 차이가 있는 것으로 나타났고, 사용행동의 합리성에 서는 모두 각각 다른 평균값을 보여주었다.

4. 아동소비자의 소비자행동의 합리성에 대한 관련 변수들의 영향력

아동소비자의 소비자행동의 합리성에 영향을 미치는 변수들을 파악하기 위하여 회귀분석을 실시하기에 앞서, 관련변수들의 상관관계를 살펴보았다.

변수간의 다중공선성을 고려하여 상관관계를 살펴본 결과, 상관계수들이 높지 않게 나타나 독립 변수 모두를 다중회귀분석을 실시하였다.

그리고 성별, 아동의 주관적 가계소비수준, 어머니의 직업, 용돈지급주기, 용돈기입여부는 가변수(Dummy Variable)화 하였고 다중회귀분석의 결과는 <표 8>과 같다.

구매행동의 합리성에는 학교소비자교육경험수준, 또래집단의 영향, 용돈크기, 가정소비자교육경험수준, 용돈지급주기 순으로 영향을 미치며, 이들 변수의 설명력은 16.6%이다. 이 변수들이 구매행동의 합리성에 어떻게 영향을 미치는지 보면 아동 소비자들이 학교소비자교육경험수준이 높을수록, 또래집단의 영향을 적게 받을수록, 용돈의 크기가 적을수록, 가정소비자교육경험수준이 높을수록, 용돈지급주기

<표 7> 아동소비자의 사회화 관련 변수에 따른 소비자행동의 합리성

관련 변수	집 단	구매행동의 합리성		사용행동의 합리성		처분행동의 합리성		
		평균	D	평균	D	평균	D	
사 회 관 련 변 수	매스컴의 영향 (TV, 인터넷, 잡지, 신문)	상	20.66	n.s.	21.11	n.s.	20.59	n.s.
		중	20.96		20.73		19.90	
		하	21.24		21.00		20.15	
	F	1.00		.27		1.01		
또래집단의 영향	상	19.93	b	20.67	ab	20.19	n.s.	
	중	20.88	a	20.11	b	19.77		
	하	21.69	a	21.60	a	10.48		
F	9.50***		4.97**		1.15			

P<.01 *P<.001

D) Duncan's Multiple Range Test

〈표 8〉 아동소비자의 소비자행동에 대한 관련 변수의 상대적 영향력

영향변수	종속변수	구매행동의 합리성		사용행동의 합리성		처분행동의 합리성	
		b	β	b	β	b	β
사회 경제적 변수	성별*(여)	-3.3	-.005	.513	.065	1.078	.146**
	학년	-.365	-.087	-.995	-.208***	-.867	-.193***
	아동의 주관적가계소비수준* (중)	3.066	.003	-1.416	-.123*	-.343	-.032
	아동의 주관적가계소비수준* (하)	-2.312	-.088	-1.640	-.054	-.928	-.033
	어머니의 연령	2.326	.022	2.373	.020	6.094	.055
	어머니의 직업* (비취업)	-.448	-.065	.365	.046	4.566	.006
용돈관련 변수	어머니의 학력	-.569	-.078	-.56	-.007	.140	.018
	용돈크기	-.45	-.170**	-.26	-.088	-.10	.000
	용돈지급주기* (정기적)	.446	.061*	8.295	.010	.428	.055
소비자 교육관련 변수	용돈기입장기록여부* (기록하지 않음)	-.416	-.048	-.882	-.089	-.800	-.086
	학교 소비자교육경험수준	.210	.231***	.262	.252***	.292	.053***
사회화 관련변수	가정 소비자교육경험수준	.124	.154*	.177	.192**	.138	.160*
	매스컴의 영향(TV, 인터넷, 잡지, 신문)	-.281	-.100	7.944	.025	.101	.034
상수	또래집단의 영향	-.566	-.199***	-.450	-.138*	-.321	-.105
R ²		21.088		20.941		15.906	
Adjusted R ²		.166		.171		.173	
		.128		.133		.173	

*P<.05 **P<.01 ***P<.001

기준* : 성별 - 남

용돈기입장기록여부 - 기록함

용돈지급주기 - 비정기적

어머니의 직업 - 취업

아동의 주관적 가계소비수준 - 상

가 정기적인 경우 합리적인 구매행동이 나타났다.

사용행동의 합리성에는 학교소비자교육경험수준, 학년, 가정소비자교육경험수준, 또래집단의 영향, 아동의 주관적 가계소비수준이 중간 정도인 집단의 순으로 영향을 미쳤으며, 이 변수의 설명력은 17.1%이다. 구체적으로 보면, 학교소비자교육경험수준이 높을수록, 아동의 학년이 낮을수록, 가정소비자교육경험수준이 높을수록, 또래집단의 영향을 적게 받을수록, 아동의 주관적 가계소비수준이 중위집단보다 상위집단으로 인지할수록 사용행동의 합리성이 더 높음을 알 수 있다.

처분행동의 합리성에는 영향을 미치는 변수는 학년, 가정소비자교육경험수준, 성별, 학교소비자교육경험수준의 순이며, 이들 변수의 설명력은 17.3%이다. 즉, 학년이 낮을수록, 가정소비자교육경험수준이

높을수록, 남학생보다 여학생이, 학교소비자교육경험수준이 높을수록 처분행동의 합리성이 더 높음을 알 수 있다.

이러한 결과는 용돈이 적은 경우에 비교적 근검·절약적인 소비행동을 보이고(양경순, 1993), 용돈기입장을 기록하는 경우에 더욱 건전한 소비를 한다(이승신 외, 2002)는 연구결과와 일관된 결과를 보였다. 또한, 이기춘(1995), Polach 등(1989)의 학교소비자교육이 소비자능력에 유의하고, 아동 자신의 소비효율성을 향상시킬 수 있다는 연구결과와 유사하게 나타났으며, 김문희(1996), 송은경(1997)의 준거집단이나 또래집단의 영향을 많이 받을수록 과소비성향이 강하다는 연구결과와 일관된 결과로 나타났다.

V. 결론 및 제언

아동소비자의 소비자행동의 합리성을 살펴 본 연구의 결론은 다음과 같다. 첫째, 아동소비자의 소비자행동 수준을 구매행동의 합리성, 사용행동의 합리성, 처분행동의 합리성으로 나누어 살펴 본 결과, 전체적인 소비자행동의 합리성 수준은 대체로 낮지 않은 것으로 나타났으며, 처분행동의 합리성 수준의 평균값이 저조한 것으로 나타나 처분행동에 대한 특별교육이 필요함을 알 수 있었다. 둘째, 아동소비자의 소비자행동의 합리성은 사회경제적 변수에 따라 어떠한 차이가 있는지를 살펴본 결과, 사용행동의 합리성은 학년이 높을수록 낮게 나타나, 저학년일 경우 고학년에 비해 사용행동의 합리성이 높음을 알 수 있었으며, 아동이 주관적 가계소비수준을 높게 인지하는 집단일수록 사용행동의 합리성이 높은 것으로 나타났다. 처분행동의 합리성에 있어서는 여학생이 남학생보다 처분행동의 합리성이 높았고, 학년이 높을수록 처분행동의 합리성 수준이 낮음을 알 수 있었다. 따라서, 남학생, 고학년 그리고 아동이 가계소비수준을 낮게 인지하고 있는 경우에 소비자행동의 합리성이 낮으므로 이들을 대상으로 합리적인 소비행동에 관한 교육을 집중적으로 실시해야 할 것이다. 셋째, 아동 소비자의 소비자행동의 합리성은 용돈 관련 변수에 따라 어떠한 차이가 있는지 살펴 본 결과, 구매행동의 합리성의 경우, 용돈지급주기가 정기적인 집단이 구매행동의 합리성이 더 높은 것으로 나타났으며, 사용행동의 합리성 분석에서는 용돈이 10000원 이하인 집단의 사용행동의 합리성이 높게 나타났다. 또한 용돈기입장을 기록하는 집단의 사용행동의 합리성이 높은 것으로 나타났다. 처분행동의 합리성에서는 특히 용돈지급주기가 정기적인 집단의 처분행동의 합리성이 더 높음을 알 수 있고, 용돈기입장기록여부의 경우 기록하는 집단의 경우가 처분행동의 합리성이 높음을 알 수 있었다. 따라서, 아동이 건전한 소비생활을 할 수 있도록 용돈 크기를 알맞게 결정해 주고 정기적으로 용돈을 지급하며, 용돈을 절대로 풍족하게 주지 말고 다소 부족한 감이 들더라도 꼭 필요한 액수만을 주도

록 해야 할 것이다. 넷째, 아동 소비자의 소비자행동의 합리성은 소비자교육 관련 변수에 따라 어떠한 차이가 있는지를 살펴본 결과, 구매행동, 사용행동, 처분행동 모두 학교소비자교육경험수준과 가정소비자교육경험수준이 높을수록 평균값이 높게 나타났는데 이러한 결과는 그만큼 학교나 가정소비자교육경험수준은 아동 소비자의 소비자행동의 합리성에 많은 영향을 미친다는 것을 의미한다. 따라서, 학교나 가정을 통해 이루어지고 있는 소비자교육 내용은 실제 소비생활에 필요한 내용을 다루어야 하고 아동의 행동 특성과 학생들의 실제 당면할 소비생활에 도움을 주어야 한다. 다섯째, 아동의 소비자행동의 합리성은 사회화 관련 변수에 따라 어떠한 차이가 있는지 살펴 본 결과, 구매행동과 사용행동분석에서 또래집단의 영향을 적게 받을수록 구매행동과 사용행동의 합리성이 가장 높음을 알 수 있었는데, 이러한 결과는 친구와의 의사소통을 통해 정보를 많이 얻게 되면 잘못된 정보로 인해 오히려 전반적인 소비행동수준이 낮게 나타날 수 있기 때문이라고 추측된다. 여섯째, 아동의 소비자행동에 영향을 미치는 변수를 살펴 본 결과, 아동소비자들이 학교소비자교육경험수준이 높을수록, 또래집단의 영향을 적게 받을수록, 용돈의 크기가 적을수록, 가정소비자교육경험수준이 높을수록, 용돈지급주기가 정기적인 경우 합리적인 구매행동이 나타났다. 사용행동의 합리성에는 학교소비자교육경험수준이 높을수록, 아동의 학년이 낮을수록, 가정소비자교육경험수준이 높을수록, 또래집단의 영향을 적게 받을수록, 아동의 주관적 가계소비수준이 중위집단보다 상위 집단으로 인지할수록 사용행동의 합리성이 더 높음을 알 수 있었다. 마지막으로 처분행동에는 학년이 낮을수록, 가정소비자교육경험수준이 높을수록, 성별이 남학생보다 여학생이, 학교소비자교육경험수준이 높을수록 처분행동의 합리성이 더 높음을 알 수 있었다.

이러한 결과를 종합해 보면, 아동 소비자의 소비자행동은 성별, 학년, 용돈크기, 용돈기입장기록, 학교에서의 소비자교육경험, 또래집단의 영향에 따라 집단간에 의미있는 차이를 보이는 것을 알 수 있다.

다음으로 이상의 본 연구결과와 결론을 기초로 하여 연구의 제한점과 후속연구에 대한 제언을 해 보면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 아동소비자의 소비자행동의 합리성을 분석하기 위하여 단기간에 조사한 질문지를 이용하였는데, 장기간에 걸친 관찰을 통해 보다 정교하고 세심한 실험연구와 연구방법이 요구된다.

둘째, 본 연구는 일부지역의 아동소비자만을 조사하였기 때문에 일반화에 문제가 있을 수 있다. 따라서 전국의 아동소비자를 대상으로 한 후속연구가 필요하다.

셋째, 본 논문의 연구결과에서는 학교나 가정에서의 소비자교육이 아동소비자의 소비자행동의 합리성에 영향력이 큰 변수로 나타났지만, 실제 이루어지고 있는 소비자 교육은 현실적으로 소비 생활에 별로 활용되거나 도움을 주지 못하고 있다. 따라서 아동이 소비자로서의 능력을 향상시키고 소비자의 권리를 향유할 수 있도록 이에 대한 철저한 교육이 시급히 요망된다. 또한 이러한 교육이 이론에만 그칠 것이 아니라 아동소비자의 독립적인 시장에서의 경험을 통하여 더욱 보강되도록 학교교육과 가정교육이 병행되어 행해지는 것이 효과적이라 여겨진다.

이에 소비자 교육의 실질적 방안을 구체적으로 제시해 보면 다음과 같다.

첫째, 회귀분석결과 가정소비자교육이 아동 소비자의 소비자행동의 합리성에 중대한 영향을 미치는 것으로 나타나 가정에서의 소비자교육의 조기 실시가 요구됨을 알 수 있었다. 따라서 초등학교에 입학하기 전부터 부모가 자녀에게 정기적으로 용돈을 주고 용돈기입장을 쓰도록 지도하며, 가정의 소비생활에 자녀들을 직접 참여시켜 상호간에 소비생활에 대한 원활한 의사소통을 시도하여 어릴 때부터 합리적인 소비자로서의 태도를 갖게 한다. 또한 사회나 학교에서는 가정소비자교육이 효율적으로 되도록 실생활과 관련된 정보 및 자료가 제공되어야겠고, 물자를 절약하는 생활습관이 몸에 배도록 어머니 교실이나 알뜰바자회, TV등을 통한 홍보교육이 자주 이루어져야겠다. 둘째, 연구결과 학교소비자교육경험수준이 높을수록 아동소비자의 소비자행동의

합리성이 높은 것으로 나타나 학교에서의 소비자교육경험이 아동소비자의 소비자행동에 중요한 영향을 미친다는 사실을 보여 주었다. 따라서 기존의 주입식 지식 전달 방법에서 벗어나 각종 실습교육을 실시하고 시청각 학습자료를 개발·보급하여 학생들의 적극적인 참여를 유도할 수 있도록 하며, 소비자교육을 담당할 “중점과목을 선정”하고 실생활 사례를 중심으로 하는 다양한 교수방법과 교육 프로그램 개발, 시청각 교재 및 부교재 등의 교육자료 개발이 시급히 이루어져야 할 것이다.

소비자교육은 학교, 가정을 통해 이루어지기 때문에 가정소비자교육으로부터 학교를 통한 소비자교육이 상호 연계되어 지속적으로 체계적으로 이루어지는 것이 중요하다. 우선 학생들의 소비행동에 직접 영향을 주는 부모, 특히 어머니에 대한 소비자교육이 실시되어야 하며 평생교육의 측면에서 사회교육으로서의 소비자 프로그램이 개발되어야 할 것이다. 또한 아동소비자들이 보다 건전하고 합리적인 소비자로서의 태도를 갖도록 현장견학을 통해 운송, 지역사회 개인·가족·단지주민, 공공 서비스, 산업, 건물 및 도로 건설, 구매, 판매 등의 주제 학습을 할 수 있으며 견학 후 집단 토의, 극놀이를 시행하여 학습효과를 높일 수 있으며, 아동들에게 컴퓨터로 가상 상황을 설정해 주고 소비자역할을 경험하게 할 수도 있을 것이다. 따라서 앞으로의 실질적인 소비자 교육 프로그램과 교재 개발에 대한 후속연구가 더 많이 나오기를 기대한다.

■ 참고문헌

- 강이주(1984). 청소년의 생활양식 유형분석-서울시 고교생을 중심으로-. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 곽병로(1997). 초등학생의 구매행동에 준거집단이 미치는 영향에 관한 연구. 충북대학 대학원 석사학위논문.
- 권미화(2000). 청소년소비자의 소비행동의 합리성에 미치는 요인. 서울대학교 생활과학대학 생활과학연구소.

- 권명희(1998). 아동의 소비자행동과 관련된 변인 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 김문희(1996). 청소년소비자의 과시소비에 관한 연구. 목포대학교 석사학위논문.
- 김미라(1999). 아동 소비자의 구매요구행동과 어머니의 반응에 대한 대응행동. 전남대학교 석사학위논문.
- 김선희(1997). TV광고가 중학생 소비자에 미치는 영향. 한남대학교 석사학위논문.
- 김영신, 강선자(1999). 아동의 용돈관리행동이 구매행동의 합리성에 미치는 영향. 충남대학교 석사학위논문.
- 김영옥, 이기춘(2000). 초등학교 소비자교육 내용의 변화 및 현황분석, -1980-90년대 소비자교육 내용을 중심으로 -. 소비자학연구, 11(1), 1-19.
- 김은수(1990). 서울시내 여학생의 소비자기능에 관한 연구. 연세대학교 석사학위논문.
- 김지희(1989). 어머니의 소비자사회화수준이 자녀의 소비자기능에 미치는 영향에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 김창렬(1998). 초등학교 아동의 용돈 소비의식 및 소비행동에 관한 연구. 울산대학교 석사학위논문.
- 김태욱(2001). 백화점과 할인점간의 소비자 구매행동에 관한 비교 연구. 고려대학교 석사학위논문.
- 김효정(2001). 아동의 용돈관리에 관한 연구. 인하대학교 석사학위논문. 대안가정학회지, 39(10), 125-1.
- 김희정(2001). 청소년 소비자의 생활양식과 합리적 소비행동에 관한 연구-의류 중심으로-. 건국대학교 석사학위논문.
- 노영래(1999). 소비자의 재활용의식과 행동에 관한 연구-미취업여성의 사장의복을 중심으로-. 건국대학교 석사학위논문.
- 박명희(1996). 소비자 의사 결정론. 학현사.
- 백선미(1995). 아동소비자의 TV광고 판별능력에 관한 연구. 울산대학교 석사학위논문.
- 성지은(1994). 중학생의 소비행태와 학교소비자 교육 실태 분석, 이화여대 석사학위논문.
- 성화선(1999). 제주도 중·고등학생의 용돈관리에 관한 연구. 제주대학교 석사학위논문.
- 송순영(1998). 신세대소비행태에 관한 연구. 한국소비자보호원.
- 송은경(1997). 청소년소비자의 물질주의 및 과시소비 성향과 관련요인: 인천광역시를 중심으로. 인하대학교 석사학위논문.
- 신옥주(1989). 학동기 아동의 소비자능력에 관한 연구. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 양경순(1993). 청소년의 금전관리의식과 소비행동과의 관계 연구. -제주시 중·고등학생, 성신여자대학교 석사학위논문.
- 유재경(1998). 청소년소비자의 용돈관리행동에 관한 연구. 건국대학교 석사학위논문.
- 윤종희(1978). 학동기 자녀에 대한 어머니의 소비자교육 태도 연구-서울특별시를 중심으로. 서울대학교 석사학위논문.
- 이기춘(1995). 소비자교육학. 교문사.
- _____ (1999). 소비자교육의 이론과 실제. 교문사.
- 이승신, 이기춘, 박명희, 김영신, 김기옥, 서정희, 손상희, 심 영, 최은숙, 강이주, 김외숙, 윤정혜, 송인숙, 이은희, 여정성, 김경자(1995). 소비자학의 이해. 학현사.
- 이승신, 김숙희(1997). 청소년 소비자의 구매행동에 관한 연구. 생활문화·예술논집(20), 31-49.
- 이승신, 류미현, 정승은(1998). 청소년소비자의 소비자능력이 과시소비에 미치는 영향. 한국가정관리학회지 16(2), 1-10.
- 이승신, 천규승, 백인화(2002). 현명한 부모 미래를 준비하는 자녀. 을파소.
- 이원영(1998). 어린이를 위한 가정에서의 소비자 교육, 제6회 학술대회, 유능한 어린이로 키우기, 삼성복지재단.
- 이정주(1994). 아동의 소비자행동에 관련된 변인 연구. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 이지영(1998). 소비자유형에 따른 비합리적인 소비 성향에 관한 연구. 경성대학교 석사학위논문.
- 이혜은(2001). 여대생 소비자의 수입상품 선호도와

- 수입화장품 구매행동에 관한 연구. 건국대학교 석사학위논문.
- 정순옥(1987). 청소년기 여학생의 소비자기능 분석. 경상대학교 석사학위논문.
- 정영선(2002). 소비자 교육과 합리적 소비태도의 관계에 관한 연구-평택시 중학생을 중심으로-. 서원대학교 석사학위논문.
- 정영미(1999). 아동 소비자의 구매에 영향을 미치는 영향에 관한 연구. 호남대학교 석사학위논문.
- 정희자(1987). 용돈에 대한 부모의 관리가 자녀의 소비자행동에 미치는 영향. 충남대학교 석사학위논문.
- 최향미(1998). 아동소비자의 구매행동과 TV광고. 서울대학교 석사학위논문.
- 한은하(1991). 청소년의 금전관리 행동에 대한 실증적 연구. 중앙대학교 석사학위논문.
- 황덕순, 김미라(1997). 아동의 소비자능력에 관한 연구. 소비자학연구, 8(2), 119-134.
- 황현선(1996). 청소년의 소비행태에 따른 소비 교육에 관한 연구-전북지역을 중심으로-. 원광대학교 석사학위논문.
- Burk, M., C. (1967). Consumer Behavior. *Journal of Home Economics*.
- Jacoby, J (1976). Consumer Psychology: An Octennium, *Annual Review of Psychology*.
- Mammen, S. & Whan, H.M. (1987). Family conspicuous consumption and its determinants. *Proceedings of American Council on Consumer Interests*, pp.318.
- Moore, R. L. F. Stephens (1975). Some Communication & Demographic Determinants of Adolescent Communication & Research.
- Polachek, D. E. & Polachek S. W. (1989). An Indirect Test of Children's Influence on Efficiencies in Parental Consumer Behavior, *J of Consumer Affairs*, 23, 91-110.
- Ward & Robertson (1974). *Consumer Socialization*.
- Zaltman (1983). *Consumer Behavior: Basic Findings and Management Implications*, 2nd ed.(New York: John Wiley & Sons, 1983), 5.

(2002년 12월 23일 접수, 2003년 4월 11일 채택)