

아동소비자의 용돈관리행동과 구매행동에 관한 연구

A Study on the Allowance Management and Buying Behaviors of Child Consumers

인제대학교 가족·소비자학과
부 교수 김효정

Dept. of Family & Consumer Sciences, Inje University

Associate Professor : Hyochung Kim

◀ 목 차 ▶

- | | |
|--------------|----------|
| I. 서론 | IV. 연구결과 |
| II. 선행연구의 고찰 | V. 결론 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |

<Abstract>

This study examined the factors affecting allowance management and buying behaviors and their interrelationship. The data were collected from fourth, fifth and sixth grade students of elementary students in Kimhae-city by a self-administered questionnaire. Frequency distributions, Cronbach's Alpha, Pearson's correlation analysis, regression analyses, and path analysis were analyzed by SPSS Windows. According to the regression model for the allowance management behaviors, the significant variables were the child's sex, term of receiving allowances, recognition of the allowance amount before receipt, parents' guidance before using allowances, parent-child communication about consumption, and parents' mediation of mass media. On the other hand, in the regression model for the buying behaviors, the satisfaction of the allowance amount, parents' guidance before using allowances, the amount of watching TV, parent-child communication about consumption, and allowance management behaviors were significant. The path model showed the child's sex, term of receiving allowances, recognition of the allowance amount before receipt, and parents' mediation of mass media indirectly affected the buying behaviors. In addition, the satisfaction of the allowance amount and the amount of watching TV directly affected the buying behaviors. Moreover, parents' guidance before using allowances and parent-child communication about consumption had a direct effect and an indirect effect through the allowance management behaviors on the buying behaviors. Finally,

Corresponding Author: Hyochung Kim, Department of Family & Consumer Sciences, Inje University, Obang-dong, Kimhae, Kyungnam 621-749, Korea Tel: 82-55-320-3246 Fax: 82-55-321-9550 E-mail: homehyo@inje.ac.kr

the allowance management behaviors showed a strong positive effect on the buying behaviors.

주제어(Key Words): 아동소비자(child consumers), 용돈관리행동(allowance management behaviors), 구매행동(buying behaviors)

I. 서론

과거의 아동은 자유재량으로 소비할 수 있는 자원이 적어 소비생활의 주체로 여겨지지 못했다. 그러나 오늘날 가계소득 수준이 높아지고 가정의 자녀수가 감소되면서 아동이 자유재량으로 사용할 수 있는 소비액이 증가되어 독립적인 소비활동을 하는 소비자로 여겨지고 있다. 특히 아동은 간식이나 학용품 등 자신에게 필요한 물품을 직접 구매할 뿐만 아니라, 가족의 구매에까지 결정적인 영향을 미침으로써 실질적인 소비자로서의 비중이 커지고 있다. 더욱이 최근 증가하고 있는 맞벌이부부의 경우 소비할 수 있는 시간이 부족하고 아동과 함께 지낼 수 있는 시간이 부족하여 상대적으로 아동에게 용돈을 많이 주거나 필요한 것을 직접 구매하도록 함으로써 아동소비자는 일찍부터 자립적인 구매활동에 노출되고 있다.

그러나 최근의 몇몇 조사에 의하면 일부 아동은 새로운 상품에 대한 충동구매, 과시구매로 낭비하는 경향을 보이고 있고, 재화의 귀중함을 인식하지 못하며 씹씹이가 헤프고 자기 물건을 간수할 줄 모를 뿐만 아니라 잃어버린 학용품을 찾지도 않는 것으로 나타나고 있다. 또한 유행에 따라 새로운 것을 사고 싶어하는 경향이 있어 대충 쓰고 버리는 경향이 많은 것으로 나타나고 있다. 부모들의 과잉보호로 인하여 아동이 필요이상 많은 액수의 돈을 소유하고 있거나, 부모들의 자식에 대한 사랑 표현이 분수에 넘치는 학용품이나 장난감 구입 등으로 나타나는 경우도 있어 아동들의 불건전한 소비행동을 조장하기도 한다(신홍초등학교, 2000).

아동소비자들의 이러한 불건전한 소비태도나 가치관은 단지 어린 시절의 문제로 그치지 않고 평생의 습관으로 남을 수도 있다는 점에서 아동초기부터 건전한 소비생활의 습관을 길러주는 일이 매우 중요하다고 할 수 있다. 특히 최근의 보도에 의하면

신용불량거래자 가운데 10~30대 연령층이 계속 증가세에 있음을 보여주고 있어 어릴 때부터 금전사용과 건전하고 합리적인 소비태도나 소비행동에 대한 올바른 지도와 교육의 필요성을 시사하고 있다.

소비자의 자원 중에서 금전은 구매행동에 직접적인 영향력을 행사하는 것으로, 아동소비자의 경우 용돈을 사용함으로써 구매행동을 영위하기 때문에 용돈관리행동과 구매행동간의 관계에 관심을 기울일 필요가 있다. 그러나 그 동안 소비자학 분야에서 아동과 관련하여 수행된 연구에는 아동의 소비자교육에 관한 연구(신옥주, 1989; 제미경·김효정, 2001), 아동의 소비자행동에 관한 연구(권명희, 1988; 이정주, 1994), 아동의 소비자 능력 또는 기능에 관한 연구(김영옥, 1987; 황덕순·김미라, 1997), 그리고 아동의 용돈사용 실태에 관한 연구(김명순, 1983; 강건규, 1987) 등이 있다. 또한 용돈관련 연구들은 대부분 용돈의 출처, 액수, 지출비목 등 아동의 용돈사용에 관한 실태조사나 사회인구학적 요인과 같은 제한적인 변수를 사용하여 아동의 용돈관리행동을 규명하는 연구(김백영, 1996; 김인환, 1997; 오도열, 1988; 한은하, 1991)에 치중되어 있는 실정이다. 김영신·강선자(1997)의 연구는 아동의 용돈관리행동이 구매행동의 합리성에 영향을 미치는 있음을 보여줌으로써, 초등학교생들의 구매행동을 향상시키기 위해서는 용돈관리행동에 대한 교육이 선행되어야 함을 강조하였고, 또한 이에 대한 인과적 추론의 필요성을 제시하였다. 따라서 본 연구는 초등학교 아동을 대상으로 사회인구학적 변수 이외의 다양한 요인들을 도입하여 아동의 용돈관리행동과 구매행동의 영향요인을 알아보고, 이들의 인과관계를 논리적으로 명확하게 살펴봄으로써 아동소비자의 금전관리 능력 향상 및 올바른 구매행동을 위한 소비자교육 프로그램 개발에 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 선행연구의 고찰

1. 아동소비자의 특성

아동기는 유아기를 지난 6세부터 12세까지의 단계로 학동기라고도 한다. 아동기는 심신이 순조로운 발달을 이루며 안정되어 있고 아동 자신 또한 환경의 자극에 대해 항상 마음을 열어 놓아 교육에 대한 준비가 되어 있으며, 가르치는 것을 용이하게 받아들일려고 하는 시기이다(정인석·황석근·김홍규, 1970).

또한 아동은 사용자로서의 역할을 시작하는 구매자로서의 역할을 수행하게 된다(이기춘, 1999). 그리고 아동은 자기의 생활용품이나 간식 등을 직접 구매하기도 하지만 자신의 욕구에 따라 어떤 특정 상품이나 용역을 필요로 하기 때문에 부모의 구매행동에 영향을 줌으로써 소비자의 역할을 하기도 한다.

오늘날의 아동소비자가 가지고 있는 특성을 살펴보면 다음과 같다(이기춘, 1999). 첫째, 계속적인 경제성장으로 인해 가계소득 수준이 높아지고, 가정내의 자녀수가 감소되어 아동의 지위가 향상됨에 따라 아동소비자가 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. 따라서 구매욕구가 일단 발생하면 당장에 그 상품이나 서비스를 소유하려 하며 욕구 충족 행동을 연기시키지 못한다. 셋째, 현대의 아동소비자는 소비욕구를 자극하는 대중매체에 과다하게 노출되어 있고 특히 TV에 의해 가장 큰 영향을 받는다. 따라서 마케터들의 판매촉진활동에 쉽게 설득 또는 현혹되고 있다. 넷째, 현대의 아동소비자는 부모가 아동용품을 구매하는데 아동자신의 의사를 반영시킴으로써 영향을 미치며, 기타 가족 전체를 위한 서비스의 구매 행위에 직접 또는 간접으로 영향을 미치고 있다. 다섯째, 현대의 아동소비자는 소비자 역할에 대한 준비가 되어 있지 못하며 소비자 능력을 향상시킬 수 있는 소비자교육의 기회가 충분치 못하다. 즉, 아동소비

자는 물질의 풍요로움으로 인해 재화의 귀중함을 인식하지 못하고 있고 광고에 대한 인지적 방어가 발달되지도 못한 채 대중매체에 노출되어 있으며, 시장에서의 문제점을 성인에 비해 잘 파악하지 못해 소비생활과 관련하여 여러 가지 문제에 직면할 가능성이 매우 높다.

2. 아동소비자와 용돈관리

1) 용돈의 정의

금전이란 일상생활에서 필요로 하는 재화나 용역을 구입하는 수단일 뿐만 아니라 개인의 생활과 태도, 정서, 심리적 안정에까지 영향을 주기 때문에 금전은 생활에 있어서 매우 중요하다(이기춘, 1995). 아동의 경우에는 경제적 생산능력이 없기 때문에 용돈이라는 명목하에 금전을 지급받게 된다.

용돈이란 “개인이 날마다 잡용으로 쓰는 돈, 또 특별한 목적을 갖지 않고 자유로 쓸 수 있는 돈”(이희승, 1981)을 말하며, “어린이가 직접 마음대로 사용하는 돈”(저축추진중앙위원회, 1987)으로 사용되기도 한다. 또한 보다 구체적으로 “구하기까지의 모든 방법이나 수입원에 관계없이 굳것질하는 돈, 학용품을 사는 돈, 선물하는 돈 등의 어린이가 지출하는 모든 돈”(김윤환, 1984)을 말하기도 한다. 그러나 총체적으로 볼 때 용돈은 “아동이 직접 스스로 쓰는 돈”(오도열, 1988)이라고 할 수 있다.

일부 학자는 용돈을 세분화하여 설명하였는데, Gruenberg와 Gruenberg(1937), Nickell과 Dorsey(1967)는 용돈을 그 출처에 따라 부모로부터 정기적으로 받는 돈(allowance)과 부정기적으로 받는 용돈(dole), 친척이나 기타 가족으로부터 예상 외로 받는 용돈(gifts), 자기 스스로 벌어서 쓰는 용돈(earning)으로 분류하였다. 한편 Deacon과 Firebaugh(1981)는 용돈의 지급형태에 따라 정기적으로 주는 용돈(allowance), 필요에 따라 조금씩 나누어 주는 용돈(dole), 집안 일이나 기타 다른 일의 댓가로 지급하는 용돈(payment)으로 구분하였다. 또한 Alhabeeb(1999)는 집안 일이나 착한 행동에 대한 댓가로 주어지는 벌어들인 용돈(earned allowance), 재무관리결정이나

화폐관리에 있어서 자아의지를 장려하는 교육적인 기회를 제공하는 교육적인 용돈(educational allowance), 그리고 필수품과 같은 비용에 지출하게 되는 기본적인 원조로서 제공되는 권리적인 용돈(entitled allowance)의 세 가지 형태로 용돈을 구분하고 있다. 본 연구에서는 아동소비자의 전반적인 용돈관리행동에 초점을 두고 있으므로 이와 같은 세부적인 구분없이, 아동이 부모나 친지, 기타 가족들에게 받거나 자신이 스스로 버는 것으로 소비나 저축 등 자기자신이 임의로 지출할 수 있는 돈을 용돈으로 정의하였다.

2) 아동소비자의 용돈사용 실태 및 용돈관리행동

우리나라 아동의 용돈사용 실태에 관한 선행연구들을 살펴보면, 김명순(1983)의 연구에서 초등학생은 1주일에 1,000원(75.7%)의 용돈을 쓰고 있었고 여학생보다는 남학생이 더 많은 용돈을 사용하는 것으로 나타났다. 또한 초등학생의 90.8%가 용돈기록장을 사용하지 않는 것으로 나타났는데, 어머니가 가계부를 사용하고 정기적으로 용돈을 받는 아동일수록 아동의 용돈기록장 사용률이 높았다. 최혜숙(1989)의 연구에서는 용돈사용 계획을 세우고 계획대로 사용하는 아동은 10%에 불과하였고, 용돈지출 중 가장 많은 부분을 차지하는 비목은 학용품구입(40%)과 군것질(38%)로 나타났다. 신순아(1990)의 연구에 의하면 용돈 지출 내용이나 용돈기록장 기록 의식에서는 여아가 남아보다 건전하지만 용돈지출 계획성, 용돈지출 후 만족감, 용돈 마련에 대한 능동적 의지 등에 있어서는 남녀 아동간에 차이가 없었다.

전국 초등학교 4, 5, 6학년을 대상으로 한 김백영(1996)의 연구에서는 용돈의 월평균액은 8,600원이었고, 지역별로 용돈액수에 차이가 있어서 대도시 평균액이 10,000원, 중소도시 평균액이 8,100원, 그리고 읍면지역이 7,800원이었다. 그리고 전체응답자의 2/3 정도가 용돈기입장을 써 본 경험이 있는 것으로 나타났으나, 지속적으로 쓰는 아동은 16%에 불과하여 용돈기입장 활용률은 낮았다.

한편 울산시 초등학교 6학년을 대상으로 한 김인환(1997)의 연구에 의하면 월 용돈액수는 10,000

~19,000원인 경우가 전체응답자의 45.5%를 차지하여 가장 많았고, 9,000원 이하인 경우는 전체의 27.6%, 20,000원 이상인 경우는 26.8%이었다. 그리고 용돈의 수령방법은 수시로 수령한다고 응답한 경우가 가장 많았다.

김영신·강선자(1997)의 연구에 의하면 초등학생이 용돈을 받으면 무엇에 쓸 것인가에 대해 가끔 계획을 세우는 경우가 56.7%, 항상 계획을 세우는 경우가 14.9%로, 전체 응답자의 70%가 용돈계획을 세우는 것으로 나타났다. 그리고 용돈기입장을 가끔 또는 항상 쓰고 있는 초등학생은 43.3%인 것으로 나타났다.

한편, 용돈관리행동은 용돈을 관리하는 일련의 행동(한은하, 1991)으로, 자기 스스로 금전을 관리하는 방법이나 태도 등을 말한다. 용돈관리행동은 학자 또는 연구목적에 따라 용돈에 대한 지출계획과 지출과정에서의 용돈기입장 기록, 용돈 사용 후의 평가 과정으로 구분하기도 하고(김영신·강선자, 1997), 용돈관리태도, 용돈지출태도, 용돈지출행동(한은하, 1991)을 포함하기도 한다.

김명순(1983)의 연구에서는 부모자신의 현명한 금전관리가 자녀의 금전관리행동의 향상에 유의한 변수임을 보여주어, 가정에서 의도적인 금전관리교육이 필요함을 제시하였다. 그리고 김영신·강선자(1997)의 연구에서는 아동이 용돈을 정기적으로 받을 때, 용돈의 액수가 자녀와 상의해서 결정할 때, 용돈에 대한 만족도가 높을 때 용돈관리행동을 잘 하는 것으로 나타났다.

3) 아동소비자와 구매행동

아동소비자의 소비 또는 구매행동을 살펴본 선행 연구들에 의하면 아동의 연령, 성별, 어머니의 구매 행동, 어머니의 취업 여부, 아동의 TV 시청량, 용돈 관리행동 등이 구매행동에 영향을 미치는 유의한 변수들로 나타났다. 신옥주(1989)의 연구에 의하면 아동의 연령에 따라 구매행동의 계획성에서 차이를 보이고 있었는데, 고연령의 아동이 저연령의 아동보다 계획적인 구매행동을 하고 있었다. 또한 상품구매시 저연령의 아동이 고연령의 아동보다 품질을 더 중시

하는 것으로 나타났다(한국소비자보호원, 1988). 또한 성별에 따라 구매행동에 차이를 보였는데, 상품 선택시 남학생은 유명상표의 선호도가 높은 반면 여학생의 경우 상표보다는 모양이 예쁘고 맛있는 것을 선호하는 것으로 나타났다(한국소비자보호원, 1988).

강건규(1987)의 연구에서는 아동소비자의 구매행동이 어머니의 구매행동 패턴을 따르는 것으로 나타났고, 이정주(1994)의 연구에서는 어머니의 소비자행동이 건전할수록 아동의 소비자행동이 건전한 것으로 나타나서 아동소비자의 건전한 구매행동을 유도하기 위해서는 어머니의 역할이 중요하다는 것을 보여주었다. 또한 어머니의 취업 유무에 따라 자녀의 구매행동이 다르게 나타났는데, 권명희(1988)의 연구에 의하면 비취업 어머니의 아동이 취업 어머니의 아동보다 건전한 소비행동을 하는 것으로 나타났다. 그리고, TV 시청량이 많은 아동일수록 소비자행동이 합리적이지 못한 것으로 나타나고 있다(김덕주, 1990; 윤희중, 1991; 이정주, 1994).

4) 아동소비자의 용돈관리행동과 구매행동간의 관계

용돈관리행동과 구매행동간의 관계를 살펴본 선행연구는 별로 많지 않는데, 아동소비자의 구매행동 합리성에 영향을 주는 변수들을 살펴본 김영신·강선자(1997)의 연구결과 의하면 용돈관리행동과 구매행동의 합리성이 정적인 관계에 있음을 보여주고 있다. 즉, 용돈사용 계획, 용돈 사용 후 평가에 따라 아동소비자의 구매행동 합리성에 유의미한 차이가 있어서 용돈 사용에 대해 항상 계획을 세우거나 가끔 계획을 세우는 집단이 계획을 세우지 않는 집단에 비해 구매행동이 더 합리적으로 나타났고, 용돈

사용 후 항상 평가를 하거나 가끔 평가를 하는 집단은 전혀 평가를 하지 않는 집단에 비해 구매행동이 합리적인 것으로 나타남으로써, 용돈관리행동이 구매행동의 합리성에 정적인 영향을 미치고 있었다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서 살펴보고자 하는 연구문제는 아래와 같으며, 선행연구들에서 유의한 것으로 나타난 변수들을 토대로 하여 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.

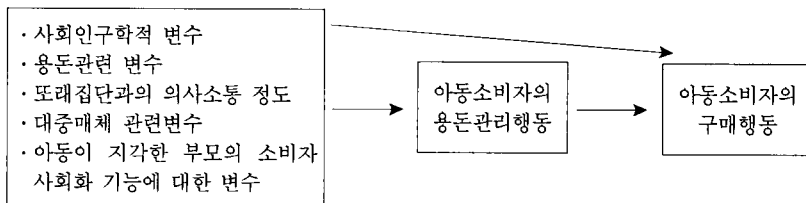
[연구문제 1] 아동소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 변수는 무엇인가?

[연구문제 2] 아동소비자의 구매행동에 영향을 미치는 변수는 무엇인가?

[연구문제 3] 아동소비자의 구매행동과 관련된 제 변수들과의 인과관계는 어떠한가?

2. 조사대상 및 조사기간

본 연구의 자료는 경남 김해시 초등학교 2개를 표집하여 저학년 1, 2, 3학년생을 제외한 후, 이들 학교의 4, 5, 6학년으로부터 수집되었다. 고학년 아동의 경우 저학년 아동에 비해 설문조사가 쉬울 뿐만 아니라, Ward, Wackman과 Wartella(1977)이 제시하였듯이 가정상황변수에 대한 영향의 분석은 같은 변수라도 다른 연령 아동의 학습에는 상당히 다른 영향력을 지닐 수 있기 때문에, 같은 상황에 대해서



<그림 1> 연구모형

서로 다른 아동들간에 유사한 해석을 할 수 있도록 하기 위하여, 연령 차이가 비교적 좁은 범위 내에서 설문조사가 이루어지도록 1, 2, 3학년 아동을 배제하고 4, 5, 6학년 아동을 선정하였다. 자료수집은 설문지를 스스로 기입토록 하는 자기기입식 방법을 이용하였다. 본 조사에 앞서 2000년 7월 12일부터 7월 14일까지 50명을 대상으로 예비조사를 실시하였고 그 결과를 분석하여 설문지의 일부 문항을 수정, 보완하여 재구성하였다. 본 조사는 2000년 7월 19일부터 7월 20일까지 550명을 대상으로 실시되었으며, 부실기재된 설문지를 제외하여 507부의 응답이 최종 분석자료로 사용되었다.

3. 조사도구

본 연구에 사용된 설문지는 김명순(1983), 나중연(1998), 한은하(1991), 황덕순(1978) 등 관련문헌을 참고로 하여 연구자가 작성하였다. 설문지는 조사대상자의 일반적인 특성, 아동소비자의 용돈관련 변수, 또래집단과의 의사소통 정도, 대중매체 관련변수, 아동이 지각한 부모의 소비자사회화 기능, 아동소비자의 용돈관리행동, 아동소비자의 구매행동에 관한 문항들로 구성되었다. 각 문항에 대한 구체적인 설명은 다음과 같다.

1) 아동의 용돈관련 변수

아동의 용돈관련 변수에 관한 문항은 용돈의 지급주기, 액수, 용돈액수에 대한 만족도, 용돈 받기 전 액수의 파악 여부, 용돈 사용 전후 부모의 지도 및 점검 유무, 돈에 대한 가치관 등으로 구성되었다.

2) 또래집단과의 의사소통 정도

아동소비자의 용돈관리행동과 구매행동에 있어서 친구의 영향력을 살펴보기 위한 것으로 “나는 나의 용돈사용 방법과 친구들의 용돈사용 방법을 비교해 본다” “나는 친구에게 사야 하는 것과 사서는 안 되는 것에 대해 물어본다” 등의 5개 문항으로 측정하였다. 각각의 문항에 대해 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점부터 ‘매우 그렇다’ 5점까지 Likert 척도를 이용하였

고, 이들 점수의 합계가 높을수록 아동이 또래집단과 의사소통을 많이 하는 것을 의미한다. 이들 문항들의 Cronbach's Alpha는 .752이었다.

3) 대중매체 관련변수

대중매체와 관련된 변수는 아동의 TV 시청량과 아동의 TV 광고 인지도로 구성되었다. 아동의 TV 시청량은 평일 중 하루와, 토요일, 일요일의 TV 시청량을 절의한 후 $[(5 \times \text{평일 중 하루의 TV 시청량}) + \text{토요일의 TV 시청량} + \text{일요일의 TV 시청량}] / 7$ 로 계산하여 아동의 하루 평균 TV 시청량을 측정하였다. 그리고 아동의 TV 광고 인지도는 TV에서 방영 중인 상품광고를 선정하여 총 7개의 TV 광고 장면을 설명한 후 이의 옳고 그름을 표시하도록 하여, 각각의 응답에 대해 틀린 답은 0점을, 옳은 답은 1점을 주어 총점수를 구하였다.

4) 아동이 지각한 부모의 소비자사회화 기능에 대한 변수

아동이 지각한 부모의 소비자사회화란 자녀의 소비자사회화를 위해 부모와 아동이 사회적인 상호작용을 하는 것을 아동이 지각한 정도를 의미한다. 본 연구에서는 다음과 같이 4가지로 분류하여 살펴보았다.

· 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도: 물건의 가격이나 구입, 용돈사용에 대한 결정 등 소비에 대해 부모와 아동이 대화하는 정도를 측정하는 것으로 “부모님은 물건의 가격에 대해 나와 이야기를 하신다” 등 6개 문항으로 구성되었다.

· 부모의 대중매체에 대한 통제 정도: 부모가 아동의 TV 시청을 통제하고 제한하는 정도를 묻는 것으로 “부모님은 텔레비전 광고에 대해 나와 함께 이야기를 하신다” 등 4개 문항으로 구성되었다.

· 구매시 아동참여 유도 정도: 물건을 구매할 때 부모가 아동으로 하여금 참여를 유도하는 정도로 “시장이나 슈퍼마켓에 갈 때 부모님은 나를 데리고 가신다” 등 2개 문항을 통해 측정하였다.

· 의사결정시 아동의 의사반영 정도: 가족을 위한 소비의사결정에서 아동의 의견을 고려하는 정도

를 측정하는 것으로 “외식을 하러갈 때 나의 의견이 반영된다” 등 4개 문항으로 구성되었다.

이들 각각의 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점부터 ‘매우 그렇다’ 5점까지 Likert 척도를 이용하여 측정하였다. Cronbach’s Alpha는 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도가 .645, 부모의 대중매체에 대한 중재 정도는 .713, 구매시 아동참여 유도 정도는 .642, 의사결정시 아동의 의사반영 정도는 .837로 나타났다.

5) 아동소비자의 용돈관리행동

아동소비자의 용돈관리행동은 용돈계획, 용돈기입장 기록, 용돈사용 후 평가를 모두 포함하는 것으로 “나는 용돈을 사용하기 전에 계획을 미리 세운다” “나는 용돈기입장을 잘 쓰고 있다” “나는 용돈 쓴 내용을 항상 검토해 본다”의 3개 문항으로 측정하였다. 각각의 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점부터 ‘매우 그렇다’ 5점까지 Likert 척도를 이용하여 측정하였으며, 이들 점수의 합계가 높을수록 아동이 용돈관리를 잘 하는 것을 의미한다. Cronbach’s Alpha는 .640으로 나타났다.

6) 아동소비자의 구매행동

아동의 구매행동은 아동이 상품구매와 관련된 정보탐색 및 대안비교 정도, 구매 후 관리, 불량품 처리 등에 대한 것으로 “나는 물건을 구입하기 전에 그 물건이 정말 필요한 것인가를 검토한다” “잃어버릴 경우를 생각해서 내 물건에는 반드시 이름을 써 놓는다” 등 모두 14개의 문항으로 구성되었다. 각각의 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점부터 ‘매우 그렇다’ 5점까지 Likert 척도를 이용하여 측정하였다. Cronbach’s Alpha는 .674이었으며, 이들 문항의 합계점수가 높을수록 아동이 합리적인 구매행동을 하고 있음을 의미한다.

4. 자료분석방법

표집된 자료는 SPSS Windows를 이용하여 조사대상자의 일반적인 특성 및 용돈관리행동과 구매행

동 분석을 위한 각 변수들에 대하여 빈도, 백분율, 평균, 표준표차를 구하였다. 그리고 또래집단과의 의사소통 정도에 관한 문항, 아동이 지각한 부모의 소비자사회화 기능에 대한 문항, 용돈관리행동에 관한 문항, 구매행동에 관한 문항의 신뢰도 검증을 위해 Cronbach’s Alpha를 이용하였다. 그리고 용돈관리행동 및 구매행동에 영향을 미치는 변수를 살펴보기 위해 Pearson의 적률상관분석(〈부록〉 참조), 중회귀분석을 실시하였다. 그리고 아동소비자의 용돈관리행동과 구매행동의 관계에 대한 인과관계를 명확하게 설명하기 위하여 경로분석을 실시하였다. Pearson의 적률상관분석 결과, 어머니의 연령과 아버지의 연령의 상관계수가 높아 중회귀분석에서 아버지의 연령은 제외되었다. 그리고 중회귀분석을 위해 아동의 성별(0=여, 1=남), 어머니의 교육수준(0=고졸 이하, 1=전문대졸 이상), 어머니의 직업(0=전업주부, 1=전문직, 2=비전문직), 아버지의 교육수준(0=고졸 이하, 1=전문대졸 이상), 아버지의 직업(0=전문직, 1=비전문직), 용돈의 지급주기(0=필요할 때 수시로, 1=매일매일, 2=매주, 3=한 달에 2~3번, 4=한 달에 한 번), 용돈 받기 전 용돈액수의 파악 여부(0=모른다, 1=알고 있다), 용돈 사용 전 부모의 지도 유무(0=없음, 1=있음), 용돈 사용 후 부모의 점검 유무(0=없음, 1=있음), 용돈액수에 대한 만족도(0=불만족, 1=만족), 돈에 대한 가치관(0=꼭 있어야 함, 1=필요한 것이지만 그다지 중요하지 않음, 2=아직은 있어도 되고 없어도 됨, 3=그다지 필요하다고 생각하지 않음)은 가변수로 처리하였고, 다른 변수들은 원점수를 이용하였다.

IV. 연구결과

1. 조사대상자의 일반적인 특성

〈표 1〉에 조사대상자의 일반적인 특성이 제시되어 있다. 남학생에 비해 여학생이, 그리고 다른 연령에 비해 12세의 아동이 많이 표집되었다. 출생순위별로는 아동의 59.8%가 첫 번째이었다. 어머니의 연

〈표 1〉 조사대상자의 일반적인 특성 (N=507)

변수	구분	빈도(명)	백분율(%)
아동의 성별	남	198	39.1
	여	309	60.9
아동의 연령	10세	16	3.2
	11세	162	32.0
	12세	185	36.4
	13세	144	28.4
아동의 출생순위	첫 번째	303	59.8
	두 번째	192	37.9
	세 번째 이하	12	2.3
어머니의 연령	35세 이하	80	15.8
	36~40세	338	66.6
	41~45세	81	16.0
	46세 이상	8	1.6
아버지의 연령	35세 이하	9	1.8
	36~40세	178	35.1
	41~45세	290	57.2
	46세 이상	30	5.9
어머니의 교육수준	고졸 이하	382	75.3
	전문대졸 이상	125	24.7
아버지의 교육수준	고졸 이하	280	55.2
	전문대졸 이상	227	44.8
어머니의 직업	전업주부	276	54.4
	전문직	87	17.2
	비전문직	144	28.4
아버지의 직업	전문직	348	68.6
	비전문직	159	31.4
월가계 소득	100만원 미만	28	5.5
	100만원~150만원 미만	97	19.1
	150만원~200만원 미만	99	19.5
	200만원~250만원 미만	158	31.2
	250만원~300만원 미만	40	7.9
	300만원 이상	85	16.8

령은 36~40세, 아버지의 연령은 41~45세가 가장 많았고, 어머니의 학력은 75.3%가 고졸 이하인 반면, 아버지의 학력은 고졸 이하가 55.2%이었다.

어머니의 직업은 전업주부가 과반수 정도를 차지하였고, 비전문직이 28.4%, 전문직이 17.2%이었으며, 아버지의 직업은 전문직이 68.6%, 비전문직이 31.4%이었다. 월가계소득은 200만~250만원 미만이 31.2%로 가장 많았으며, 150만~200만원 미만이 19.5%, 100만~150만원 미만이 19.1%이었다.

2. 아동소비자의 용돈관리행동 및 구매행동 특성

아동소비자의 용돈관리행동 및 구매행동에 영향을 미치는 변수를 살펴보기에 앞서 아동의 용돈관련 변수, 또래집단과의 의사소통 정도, 대중매체 관련 변수, 아동이 지각한 부모의 소비자사회화 기능에 대한 변수, 아동소비자의 용돈관리행동, 아동소비자의 구매행동에 대한 특성을 살펴보면 〈표 2〉, 〈표 3〉과 같다.

용돈을 지급받는 주기를 살펴보면 매일매일 받는 경우가 가장 많았으며(32.6%), 아동의 월평균 용돈 액수는 15,000~20,000원 미만이 30.4%로 가장 많았다. 용돈액수에 대한 만족도를 살펴보면 전체응답자의 87.8%가 만족하는 것으로 나타나서 대체로 아동들이 용돈에 대해 큰 욕심을 부리지 않고 만족하고 있음을 보여주었다. 용돈을 받기 전에 84.8%의 아동은 용돈 액수를 미리 파악하고 있었으며, 용돈을 사용하기 전에 부모님이 지도하는 경우는 58.8%, 용돈을 사용한 후에 부모님이 점검하는 경우는 80.3%이었다. 또한 돈에 대한 가치관에 대하여 “꼭 있어야 함”이라고 응답한 비율은 47.7%로 가장 많았고, “필요한 것이지만 그다지 중요하지 않음”은 37.3%, “아직은 있어도 되고 없어도 됨”이 12.8%, “그다지 필요하다고 생각하지 않음”이 2.2%로 나타났다.

5개의 문항으로 구성된 또래집단과의 의사소통 정도를 5점으로 환산하였을 때 평균값은 2.9로 중간수준이었으며, 대중매체 관련변수에서 아동의 하루 평균 TV시청량은 180.34분이었고, 7개의 문항으로 이루어진 TV 광고 인지도의 평균값은 5.8점이었다. 아동이 지각한 부모의 소비자사회화 기능에 대한 변수의 평균값을 5점으로 환산하여 살펴보면, 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도, 구매시 아동 참여 유도 정도, 그리고 의사결정시 아동의 의사반영 정도는 3.3~3.4로 중간을 약간 상회하는 정도이었으나, 부모의 대중매체에 대한 중재 정도는 2.7로 중간에도 못 미치는 것으로 나타났다. 또한 3개의 문항으로 구성된 용돈관리행동을 5점으로 환산하였을 때 평균값은 2.5이었고, 14개의 문항으로 이루어진 아동의 구매행동의 5점 환산 평균값은 3.8로, 용

<표 2> 이동소비자의 용돈관리행동 및 구매행동 특성 (1)

항 목	구 분	빈 도(명)	백분율(%)
용돈의 지급주기	매일매일	165	32.6
	매주	149	29.4
	한 달에 2~3번	23	4.5
	한 달에 한 번	91	17.9
	필요할 때 수시로	79	15.6
용돈의 액수	5,000원 미만	61	12.0
	5,000원~10,000원 미만	86	17.0
	10,000원~15,000원 미만	112	22.1
	15,000원~20,000원 미만	154	30.4
	20,000원~25,000원 미만	46	9.1
	25,000원~30,000원 미만	5	1.0
	30,000원 이상	43	8.4
용돈액수에 대한 만족도	불만족	62	12.2
	만족	445	87.8
용돈 받기 전 용돈 액수의 파악 여부	모름	77	15.2
	알고 있음	430	84.8
용돈 사용 전 부모의 지도 유무	있음	298	58.8
	없음	209	41.2
용돈 사용 후 부모의 점검 유무	있음	100	19.7
	없음	407	80.3
돈에 대한 가치관	꼭 있어야 함	242	47.7
	필요한 것이지만 그다지 중요하지 않음	189	37.3
	아직은 있어도 되고 없어도 됨	65	12.8
	그다지 필요하다고 생각하지 않음	11	2.2

<표 3> 이동소비자의 용돈관리행동 및 구매행동 특성 (2)

변 수	평 균	표준편차
또래집단과의 의사소통 정도 ^{a)}	2.9	.7
대중매체 관련변수		61.8
TV 시청량(분)	180.3	
TV 광고 인지도	5.8	1.1
아동이 지각한 부모의 소비자사회화 기능에 대한 변수		
소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도 ^{a)}	3.3	.7
부모의 대중매체에 대한 중재 정도 ^{a)}	2.7	.9
구매시 아동참여 유도 정도 ^{a)}	3.3	1.2
의사결정시 아동의 의사반영 정도 ^{a)}	3.4	1.0
용돈관리행동 ^{a)}	2.5	1.0
구매행동 ^{a)}	3.8	.5

a) 5점 만점으로 환산한 점수임.

돈관리에 비해 구매행동이 비교적 합리적으로 이루어지고 있는 것으로 나타났다.

3. 이동소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 변수

이동소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 변수를 살펴보기 위해 중회귀분석을 한 결과가 <표 4>에 제시되어 있다. 이 회귀식의 설명력은 19%이었으며, 아동의 성별, 용돈의 지급주기(매일매일, 한 달에 2~3번), 용돈 받기 전 용돈액수의 파악 여부, 용돈 사용 전 부모의 지도 유무, 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도, 부모의 대중매체에 대한 중재 정도가 이동소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 변수로 나타났다. 즉 남학생에 비해 여학생

〈표 4〉 아동소비자의 용돈관리행동에 관한 중회귀분석

독립변수	b	β	t-value
아동의 성별 ^{a)}	-.728	-.114	-1.999*
아동의 연령	-.248	-.068	-2.596
아동의 출생순위	.324	.061	1.931
용돈의 지급주기 ^{a)}			
매일매일	1.094	.161	2.996**
매주	.379	.025	.574
한 달에 2~3번	.983	.122	2.398*
한 달에 한 번	.796	.093	1.679
용돈의 액수	3.709E-05	.095	1.931
용돈액수에 대한 만족도 ^{a)}	.359	.038	.903
용돈 받기 전 용돈액수의 파악 여부 ^{a)}	.998	.115	2.558*
용돈 사용 전 부모의 지도 유무 ^{a)}	1.143	.181	3.980***
용돈 사용 후 부모의 점검 유무 ^{a)}	.191	.024	.550
돈에 대한 가치관 ^{a)}			
필요한 것이지만 중요하지 않음	.364	.057	1.296
아직은 있어도 되고 없어도 됨	-.202	-.022	-.498
그다지 필요하다고 생각하지 않음	1.658	.078	1.862
또래집단과의 의사소통 정도	-2.451E-02	-.028	-.612
아동의 TV 시청량	-.123	-.070	-1.636
아동의 TV 광고 인지도	-.199	-.060	-1.453
소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도	.148	.196	3.706***
부모의 대중매체에 대한 중재 정도	.108	.128	2.560*
구매시 아동참여 유도 정도	-3.899E-02	-.029	-.615
의사결정시 아동의 의사반영 정도	7.202E-03	.009	.177
어머니의 연령	-5.759E-03	-.005	-.118
어머니의 교육수준 ^{a)}	-6.300E-02	-.009	-.182
어머니의 직업 ^{a)}			
전문직	.107	.016	.249
비전문직	.170	.027	.457
아버지의 교육수준 ^{a)}	4.708E-02	.008	.157
아버지의 직업 ^{a)}	.183	.027	.611
월가계소득	-1.078E-08	-.004	-.085
상수		4.725	
Adjusted R ²		.185	
F value		4.955***	

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

a) 가변수로 처리되었음.

용돈 지급주기: 필요할 때 수시로(기준변수), 매일매일, 매주, 한 달에 2~3번, 한 달에 한 번

돈에 대한 가치관: 꼭 있어야 함(기준변수), 필요한 것이지만 중요하지 않음, 아직은 있어도 되고 없어도 됨, 그다지 필요하다고 생각하지 않음

어머니의 직업: 전업주부(기준변수), 전문직, 비전문직

이, 그리고 용돈을 매일 받거나 한 달에 2~3번 받는 아동이 용돈을 필요할 때 수시로 받는 아동에

비해 용돈관리를 잘 하는 것으로 나타났다. 또한 용돈을 받기 전에 용돈 액수를 파악하고 있지 않는

경우보다는 파악하고 있는 경우, 용돈을 사용하기 전에 용돈을 어떻게 사용할 것인가에 관해 부모와 의논을 하지 않는 경우보다는 의논을 하는 경우, 그리고 소비에 대해 부모와 의사소통을 많이 하며 부모가 아동의 TV 시청을 통제하고 제한하는 경우 아동소비자가 용돈관리를 잘 하는 것으로 나타났다.

용돈의 지급주기가 용돈관리행동에 유의한 변수로 나타났는데, 이는 용돈을 필요할 때마다 수시로 받는 아동의 경우 아동이 필요할 때마다 부모로부터 용돈을 받을 수 있기 때문에 미리 용돈을 어떻게 사용할 것인지를 계획하거나 용돈 사용 후에 자신의 용돈 사용에 대해 평가나 반성을 하지 않는 것으로 보여진다. 따라서 아동소비자가 스스로 자신의 욕망을 억제하고 돈을 계획성 있게 사용하는 생활습관을 갖도록 하기 위해서 부모는 일정한 날짜에 정해진 액수의 용돈을 아동에게 지급하도록 해야 할 것이다.

한편 용돈을 받기 전에 용돈 액수를 파악하고 있는 아동일수록 용돈관리를 잘 하는 것으로 나타났는데, 이는 용돈 액수를 미리 파악하고 있는 경우 정해진 용돈액수에 따라 용돈을 어떻게 사용할지에 대한 지출계획을 용이하게 세울 수 있기 때문인 것으로 보여진다.

또한 아동이 용돈을 사용하기 전에 부모가 지도를 하는 경우 아동이 용돈관리를 잘 하는 것으로 나타나서 아동의 용돈관리에 있어서 부모의 관심 및 지도가 필요함을 보여주고 있다. 물론 부모가 아동에게 용돈을 주면서 일일이 간섭하거나 통제하는 것은 아동이 실수를 통해서 학습하는 기회를 가질 수 없기 때문에 바람직하지 않다. 그러나 부모가 아동의 용돈관리에 대해 완전히 방임하는 경우에도 아동은 부모가 자기에게 무관심하다고 느낄 수도 있다. 그러므로 부모가 적당한 관심을 가지고 지도를 함으로써 아동이 용돈을 함부로 사용해서는 안 된다는 인식을 갖도록 해야 할 것이다.

한편 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도 및 부모의 대중매체에 대한 중재 정도도 아동의 용돈관리에 영향을 미치는 변수로 나타나서 아동의 소비자사회화에 있어서 부모 역할의 중요성을 시사

하고 있다.

4. 아동소비자의 구매행동에 영향을 미치는 변수

〈표 5〉는 아동소비자의 구매행동에 영향을 미치는 변수를 살펴보기 위해 중회귀분석을 한 결과를 제시하고 있는데, 이 회귀식의 설명력은 17%이었고 용돈액수에 대한 만족도, 용돈 사용 전 부모의 지도 유무, 아동의 TV 시청량, 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도, 그리고 용돈관리행동이 유의한 것으로 나타났다. 즉 아동이 용돈 액수에 만족하지 않는 경우보다는 만족하는 경우, 용돈을 사용하기 전에 부모가 지도를 해주지 않는 경우보다는 지도를 해주는 경우, 그리고 아동이 TV 시청을 적게 하고 부모와 소비에 대해 의사소통을 많이 하며 용돈관리를 잘 하는 아동일수록 합리적인 구매행동을 하는 것으로 나타났다.

TV 시청량이 적은 아동일수록 합리적인 구매행동을 하는 것으로 나타났는데, 이는 선행연구의 결과(김덕주, 1990; 윤희중, 1991; 이정주, 1994)와 일치하는 것으로, TV의 광고는 아동의 충동구매를 자극하는 경우가 많으므로 TV를 적게 시청하는 아동의 경우 이와같은 충동구매의 가능성이 적어지고 보다 합리적인 구매행동을 하는 것으로 여겨진다. 한편 용돈관리행동과 마찬가지로 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도가 합리적인 구매행동에 유의한 변수로 나타남으로써 아동의 소비자사회화 과정에서 부모 역할의 중요성을 보여주고 있다.

5. 아동소비자의 구매행동에 대한 제 변수들의 인과적 관계

앞서 아동소비자의 용돈관리행동과 구매행동에 관한 중회귀분석에서 얻어진 결과를 기초로 아동소비자의 구매행동에 영향을 미치는 변수들의 인과관계를 분석하기 위해 유의하지 않은 변수를 배제한 후 새로운 모형으로 중회귀분석을 한 결과가 〈표 6〉과 같다. 그리고 각 독립변수가 종속변수에 미치는 효과를 직접효과와 간접효과로 분해하여 〈표 7〉에

〈표 5〉 아동소비자의 구매행동에 관한 중회귀분석

독립변수	b	β	t-value
아동의 성별 ^{a)}	.273	.019	.418
아동의 연령	7.654E-02	.009	.196
아동의 출생순위	-.864	-.071	-1.586
용돈의 지급주기 ^{a)}			
매일 매일	.149	.010	.175
매주	-.272	-.008	-.178
한 달에 2~3번	-.466	-.025	-.489
한 달에 한 번	.347	.018	.316
용돈의 액수	-.794E-05	-.087	-1.751
용돈액수에 대한 만족도 ^{a)}	2.876	.132	3.133**
용돈 받기 전 용돈액수의 파악 여부 ^{a)}	.666	.034	.735
용돈 사용 전 부모의 지도 유무 ^{a)}	1.892	.131	2.807**
용돈 사용 후 부모의 점검 유무 ^{a)}	-9.071E-02	-.005	-.113
돈에 대한 가치관 ^{a)}			
필요한 것이지만 중요하지 않음	.451	.031	.694
아직은 있어도 되고 없어도 됨	.837	.039	.893
그다지 필요하다고 생각하지 않음	1.024	.021	.496
또래집단과의 의사소통 정도	-4.215E-02	-.021	-.456
아동의 TV 시청량	-.441	-.109	-2.533*
아동의 TV 광고 인지도	.121	.016	.383
소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도	.267	.154	2.856**
부모의 대중매체에 대한 중재 정도	-.180	-.093	-1.836
구매시 아동참여 유도 정도	-.169	-.055	-1.152
의사결정시 아동의 의사반영 정도	.128	.070	1.358
어머니의 연령	1.717E-02	.007	.153
어머니의 교육수준 ^{a)}	-.357	-.022	-.447
어머니의 직업 ^{a)}			
전문직	.720	.046	.724
비전문직	.297	.021	.345
아버지의 교육수준 ^{a)}	-.468	-.033	-.676
아버지의 직업 ^{a)}	-.920	-.060	-1.329
월가계소득	-2.508E-07	-.036	-.853
아동의 용돈관리행동	.581	.253	5.497***
상수		42.834	
Adjusted R ²		.173	
F value		4.528***	

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

a) 가변수로 처리되었음.

용돈 지급주기: 필요할 때 수시로(기준변수), 매일매일, 매주, 한 달에 2~3번, 한 달에 한 번
 돈에 대한 가치관: 꼭 있어야 함(기준변수), 필요한 것이지만 중요하지 않음, 아직은 있어도 되고 없어도 됨, 그다지 필요
 하다고 생각하지 않음

어머니의 직업: 전업주부(기준변수), 전문직, 비전문직

<표 6> 경로모형을 위한 최종 회귀분석표

독립변수	용돈관리행동			구매행동		
	b	β	t-value	b	β	t-value
아동의 성별 ^{a)}	-.642	-.101	-2.473*			
용돈의 지급주기 ^{a)} (매일매일)	.677	.099	2.280*			
용돈의 지급주기 ^{a)} (한달에 2~3번)	.535	.066	1.527			
용돈 받기 전 용돈액수의 파악 여부 ^{a)}	.909	.105	2.509*			
용돈 사용 전 부모의 지도 유무 ^{a)}	1.203	.191	4.486***	1.780	.123	2.868**
아동의 TV 시청량				-.438	-.108	3.202**
소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도	.149	.197	4.166***	.208	.120	2.714**
부모의 대중매체에 대한 중재 정도	.111	.132	2.808**			
용돈액수에 대한 만족도				2.860	.132	3.202**
아동의 용돈관리행동	--	--	--	.548	.239	5.491***
Adjusted R ²	.182			.182		
F	17.033***			23.529***		

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

a) 가변수로 처리되었음.

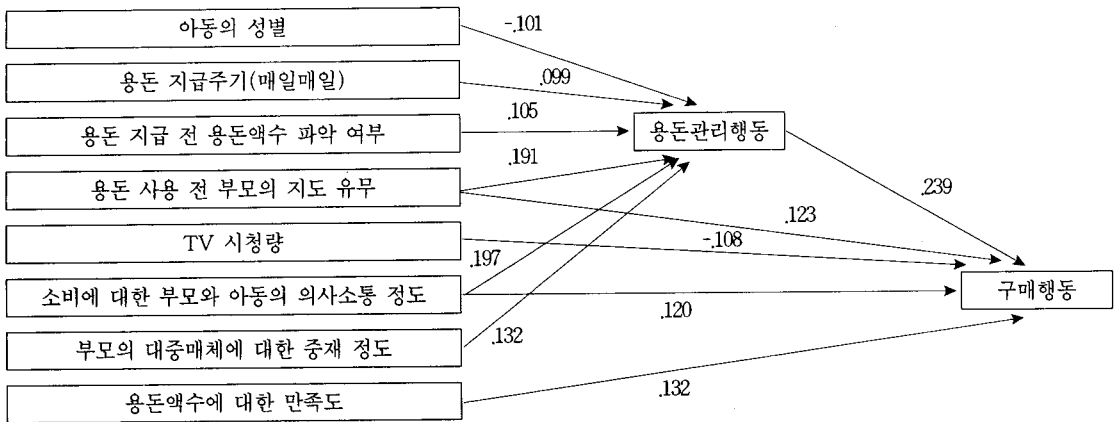
용돈 지급주기: 필요할 때 수시로(기준변수), 매일매일, 매주, 한 달에 2~3번, 한 달에 한 번

<표 7> 아동소비자의 구매행동에 대한 총 경로효과

독립변수	인과 효과		총인과 효과	비인과 효과	총효과
	직접효과	간접효과			
아동의 성별		-.024	-.024	.001	-.023
용돈 지급주기(매일매일)		.024	.024	.016	.040
용돈 지급 전 용돈액수의 파악 여부		.025	.025	.022	.047
용돈 사용 전 부모의 지도 유무	.123	.046	.169	.077	.246
아동의 TV 시청량	-.108		-.108	-.062	-.170
용돈액수에 대한 만족도	.132		.132	.074	.206
소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도	.120	.047	.167	.105	.272
부모의 대중매체에 대한 중재 정도		.032	.032	.094	.126
아동의 용돈관리행동	.239		.239	.103	.342

제시하였고, 이에 근거한 경로모형은 <그림 2>와 같다. <표 6>과 <표 7>에 의하면 아동의 성별, 용돈 지급주기(매일매일), 용돈 지급 전 용돈액수의 파악 여부, 부모의 대중매체에 대한 중재 정도는 아동의 구매행동에 간접효과만이 존재하는데 남학생보다는 여학생이, 그리고 용돈을 매일매일 지급받거나, 용돈을 지급받기 전에 용돈의 액수를 미리 파악하고 있는 경우, 또한 부모가 아동의 TV 시청을 많이 통제하고 제한하는 경우는 아동이 용돈관리를 잘 하도록 작용하여 결과적으로 아동이 구매행동을 보다

합리적으로 할 수 있도록 해주는 것이라 할 수 있다. 또한 TV 시청량과 용돈액수에 대한 만족도는 매개변수인 용돈관리행동에 관계없이 아동의 구매행동에 직접적인 영향요인으로 나타남으로써 아동이 TV를 적게 시청하거나 용돈액수에 만족하는 경우 아동의 구매행동은 합리적인 것으로 나타났다. 한편 용돈 사용 전 부모의 지도 유무, 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도는 아동의 구매행동에 직접효과와 용돈관리행동을 통한 간접효과를 갖는 것으로 나타났다. 그러나 이들 변수들이 용돈관리행



〈그림 2〉 아동소비자의 구매행동에 관한 인과모형

등을 통한 간접효과는 매우 약하며 인과적 효과는 대부분 직접효과에 의해 설명되고 있다.

매개변수인 용돈관리행동의 구매행동에 대한 총효과는 정적 상관관계($r=.342$)를 보이며, 용돈관리 행동 자체가 독립적으로 정적인 직접효과(.239)를 갖는 것으로 나타났다. 이는 아동이 용돈관리를 잘 할수록 보다 합리적인 구매행동을 할 수 있음을 의미하는 것으로 아동소비자의 구매행동에 있어서 용돈관리행동의 중요성을 나타내고 있다.

V. 결론

본 연구는 아동소비자의 용돈관리행동과 구매행동을 살펴보고, 이들의 인과관계를 검증하기 위하여 경남 김해시의 초등학교 4, 5, 6학년 507명을 대상으로 자료를 수집하였다. 본 연구로부터 얻어진 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 아동소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 변수는 아동의 성별, 용돈의 지급주기(매일매일, 한 달에 2~3번), 용돈 받기 전 용돈액수의 파악 여부, 용돈 사용 전 부모의 지도 유무, 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도, 부모의 대중매체에 대한 중재 정도이었다.

둘째, 아동소비자의 구매행동에 영향을 미치는 변

수는 용돈액수에 대한 만족도, 용돈 사용 전 부모의 지도 유무, 아동의 TV 시청량, 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도, 그리고 용돈관리행동으로 나타났다.

셋째, 아동소비자의 구매행동에 대한 제 변수들의 인과적 관계를 살펴본 경로모형에 있어서, 아동의 성별, 용돈 지급주기(매일매일), 용돈 지급 전 용돈액수의 파악 여부, 부모의 대중매체에 대한 중재 정도는 아동의 구매행동에 간접효과만 있는 것으로 나타났다. 또한 아동의 TV 시청량과 용돈액수에 대한 만족도는 매개변수인 용돈관리행동에 관계없이 아동의 구매행동에 직접적인 영향요인으로 나타났으며, 용돈 사용 전 부모의 지도 유무, 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도는 아동의 구매행동에 직접효과와 용돈관리행동을 통한 간접효과를 갖는 것으로 나타났다. 그리고 매개변수인 용돈관리행동은 구매행동에 대해 정적인 직접효과를 갖는 것으로 나타났다.

이상의 연구결과를 토대로 하여 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다. 첫째, 아동의 용돈관리행동은 아동의 구매행동에 있어서 매우 중요한 요소로 나타남으로써 아동의 건전하고 합리적인 구매행동을 위해서는 용돈관리가 잘 이루어지도록 지도해야 할 필요성을 보여주고 있다. 따라서 가정 및 학교에서의 보다 실질적인 지도가 이루어져야 할 것이다. 즉

가정에서는 아동에게 용돈을 정기적으로 주어 계획성 있게 사용할 수 있도록 하는 경험을 갖도록 하거나, 용돈계획을 세우고 사용하는 데 있어서 부모가 관심을 갖고 지도를 하도록 해야 할 것이다. 한편 학교에서는 이론 중심의 교육보다는 직접적인 체험을 통한 용돈관리 교육이 이루어질 수 있도록 교육내용과 교육방법을 모색할 필요가 있다.

둘째, 부모의 아동에 대한 소비자사회화 기능의 변수인 소비에 대한 부모와 아동의 의사소통 정도는 아동의 용돈관리행동과 구매행동에 영향을 미치는 중요한 변수로 나타나서 부모와 자녀가 소비문제에 대해 개방적인 의사소통을 할 필요가 있음을 보여주고 있다. 즉 아동은 부모의 행동을 관찰함으로써 소비와 관련된 많은 것을 학습하기도 하지만, 대화를 통해서도 현명한 소비행동에 대한 기능을 학습하게 된다. 따라서 부모는 아동과 소비에 대한 대화를 자주 할 필요가 있으며, 이를 위해 부모를 대상으로 한 소비자교육을 실시하도록 해야 할 것이다. 즉, 소비와 관련하여 부모가 건전한 소비관련 태도를 갖도록 하고, 소비와 관련하여 효과적으로 자녀와 대화할 수 있는 방법 등을 포함한 부모대상의 소비자교육프로그램을 개발하고 실시해야 할 것이다.

셋째, 아동의 TV 시청량이 많을수록 용돈관리행동을 잘 하지 못하고 비합리적인 구매행동을 하는 것으로 나타나서, 특히 TV 광고가 아동소비자에게 바람직한 정보를 제공하는 기능을 다 하지 못하고 있음을 시사하고 있다. 즉 TV 광고는 아동에게 상품이나 소비 양식에 대한 정보를 제공해 주는 긍정적인 면이 있기는 하지만, 아직 가치관이 형성되지 않은 시기에 아동으로 하여금 상품의 효용보다는 상품의 소유여부만을 강조하여 충동구매나 물질만능주의를 부추기게 되므로, 아동의 건전하고 합리적인 구매행동을 위해서는 아동을 대상으로 하는 TV 광고에 대한 규제를 강화할 필요성이 있다.

끝으로 본 연구는 김해지역의 아동을 대상으로 실시되었기 때문에 연구결과를 일반화하는데 어려움이 있다. 또한 본 연구에서는 아동의 용돈관리행동이나 구매행동에 있어서 교사의 영향력을 고려하

지 않았으므로 후속연구에서는 교사관련 변수를 포함시켜 이에 대한 영향력도 살펴보아야 할 것이다.

■ 참고문헌

- 강건규(1987). 우리나라 초등학교 아동의 소비생활에 관한 연구. 한남대학교 대학원 석사학위논문.
- 권명희(1988). 아동의 소비자 행동과 관련된 변인 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 김덕주(1990). TV 광고가 아동의 구매행위에 미치는 영향. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김명순(1983). 국민학교 아동들의 금전관리 실태. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김백영(1996). 국민학교 아동의 용돈 소비행태에 관한 연구. 한국교원대학교 대학원 석사학위논문.
- 김영신, 강선자(1997). 아동의 용돈관리행동이 구매행동의 합리성에 미치는 영향. 소비자문제연구, 20, 57-86.
- 김영옥(1987). 아동소비자기능 및 관련요인에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김윤환(1984). 대도시 아동들의 용돈관리에 대한 조사 연구. 금융재단 논문집.
- 김인환(1997). 초등학교 아동의 용돈 소비의식 및 소비행동에 관한 연구. 울산대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 나종연(1998). 어머니의 아동기 자녀에 대한 소비자사회화 수행. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 신옥주(1989). 학동기 아동의 소비자능력에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 신홍초등학교(2000). 다양한 소비 체험학습을 통한 합리적인 소비생활 태도 육성. 경제교육시범학교 운영 보고서.
- 오도열(1988). 국민학생의 용돈지출과 저축실태에 관한 연구. 단국대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 윤희중(1991). TV 광고가 어린이 및 청소년에게 미치는 영향에 관한 연구. 광고연구, 봄호.
- 이기춘(1995). 가정경제학. 교문사.
- 이기춘(1999). 소비자교육의 이론과 실제. 교문사.

- 이정주(1994). 아동 소비자행동에 관련한 변인 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이희승 편저(1981). 국어대사전. 민중서림.
- 정인석, 황석근, 김홍규(1970). 생활지도. 재동문화사.
- 제미경, 김효정(2001). 소비자교육 유무에 따른 초등 학생의 소비자능력 평가에 관한 연구: 경남 지역 민간소비자단체의 소비자교육 실시를 토대로. 소비문화연구, 4(1), 25-44.
- 최혜숙(1989). 국민학교 경제교육에서의 소비자교육 활성화 방안에 관한 실증적 연구. 인하대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 한국소비자보호원(1988). 어린이 소비실태 조사.
- 한은하(1991). 청소년의 용돈관리에 대한 실증적 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 황덕순(1978). 청소년의 금전관리 행동에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 황덕순, 김미라(1997). 아동의 소비자능력에 관한 연구. 소비자학연구, 8(2), 119-134.
- Alhabeeb, M. J. (1999). Allowances and the economic socialization of children. *Financial Counseling and Planning*, 19(2), 1-9.
- Deacon, R. E. & Firebaugh, F. (1981). *Family Resource Managment: Principles and Applications*. Allyn and Bacon Inc.
- Gruenberg, S. M. & Gruenberg, B. (1937). *Parents, Children and Money*. The Viking Press.
- Nickell, P. & Dorsey, J. (1967). *Management in Family Living*. 4th ed, John Wiley & Sons.
- Ward, S., Wackman, D. B. & Wartella, E. (1977). *How Children Learn to Buy-The Development of Consumer Information Processing Skills*. Sage.

(2003년 10월 28일 접수, 2004년 6월 8일 채택)

