

사회교육으로서의 소비자교육프로그램 개발 II:

프로그램내용 및 운용방법에 대한 요구도 분석*

Development of Consumer Education Program As Social Education Program II:
Needs Analysis on Program Contents and Program Management

신용회복위원회

교육팀 김태은**

상명대학교 생활환경학부 소비자주거전공

부교수 양세정***

오하이오주립대학교 소비자학과

방문연구원 한지수

Credit Counseling and Recovery Service

Division of Education : Kim, Taeun

Dept. of Consumer & Housing Studies, Sangmyung University

Associate Professor : Yang, Se-Jeong

Dept. of Consumer Sciences, Ohio State University

Visiting Scholar : Han, Jisue

〈 목 차 〉

- | | |
|------------|---------------|
| I. 서론 | IV. 연구결과 및 해석 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 및 제언 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |

〈Abstract〉

The study was the second part of the research on development of consumer education program as social education program. The purpose of this study was to analyze needs for program contents. Program contents had two parts: educational

* 이 논문은 본 학회지 9권3호에 실린 '사회교육으로서의 소비자교육프로그램 개발 I: 소비자교육프로그램 운영 현황과 상담사례 분석 및 시사점'(연구자: 양세정)의 연속연구이다.

** 주저자: 김태은 (kim-taeun@hanmail.net)

*** 교신저자: 양세정 (sjyang@smu.ac.kr)

program contents and program managements. The data used contained 617 married women living in Seoul, Korea. Using SAS-PC program, Chi-square and Anova Analyses were executed. The results showed that married women had higher educational needs on housing purchase, tax avoidance, cancellation of contracts after purchase, consumer redress, etc. The differences in age, education, householder's occupation, and household income level resulted in the differences in educational needs for some specific educational items. They were likely to be educated at the highly accessible place such as women's center, community center, University extension service center, and consumer organization, etc. Also they preferred to be educated once a week for a short time period like one to three months, and to have the lectures with discussion in the class. Some implications were mentioned for developing consumer education program as social education.

Key Words : 소비자교육 프로그램(consumer education program), 사회교육(social education), 교육 내용(program contents), 요구도 조사(needs analysis)

I. 서론

소비자교육은 소비자의 능력을 향상시킴으로써 궁극적으로 소비자의 경제적 복지수준을 높인다. 오늘날 소비자의 능력은 단순히 소비와 관련한 능력만을 요구하는 소극적인 형태에서 벗어나, 주어진 자원의 효율적 관리라는 적극적인 소비자 능력으로 그 의미가 확대되고 있다. 따라서 소비자교육의 중요성이 강조되고 있으며, 더불어 소비자교육내용의 확대가 요구되고 있는 추세이다. 끊임없이 변화하는 사회경제적 상황은 소비자들이 이에 대응할 수 있는 능력을 지속적으로 습득 내지는 갱신시킬 수 있는 소비자교육에 대한 사회교육적 접근의 필요성을 증대시킨다. 또한 증가된 자산과 소득수준은 보다 다양한 소비의 기회를 소비자들에게 부여함으로써 소비자의 소비행위를 포함하는 포괄적인 자원관리의 필요성이 강조된다.

이렇듯 사회소비자교육의 필요성이 강조되고 있음에도 불구하고 사회교육으로서의 소비

자교육은 제대로 수행되지 않고 있는 것이 현재의 실정이다. 최근 일부 금융기관과 언론기관이 금융교육에 초점을 둔 사회소비자교육을 수행하기는 하나 어린이와 청소년교육에 초점을 맞추는 경향이다. 반면 일반인을 대상으로 한 사회교육으로서의 소비자교육은 단지 일부 민간소비자단체에 의해 시행되고 있을 뿐이며, 교육내용 또한 소비자문제 해결이라는 소극적 소비자행위에 초점이 맞추어져 있는 것이 실정이다(홍연금·송인숙, 1999; 양세정, 2005).

본 연구는 사회교육으로서의 소비자교육을 활성화시키기 위한 방편으로 소비자교육프로그램을 개발하는 것을 최종 목적으로 하며, 교육대상을 주부로 한정하였는데, 이는 최근 주부들의 여가시간이 늘어남에 따라 평생교육의 수요가 증가하고 있으며(홍성희, 2000), 주부가 가정의 소비생활을 주관함으로써 가계소비패턴을 규정짓는 역할을 수행할 뿐만 아니라, 자녀의 소비행동에도 직접, 간접으로 영향력을 가진다는 점에서 소비자 지식의 필요성이 강조되는 집단이기 때문이다.

본 연구는 사회교육으로서의 소비자교육 프로그램을 개발하는 것을 최종 목적으로 하는 일련의 연구 중 두 번째 단계의 논문이다. 첫 번째 논문에서는 현재 진행되고 있는 사회소비자교육현황을 분석하고, 소비자단체에 의한 상담사례를 분석함으로써 소비자교육프로그램 개발을 위한 기초지식 및 시사점을 얻은 바 있다(양세정, 2005). 본 연구에서는 앞서 연구를 토대로 소비자교육내용체계를 제시하고, 교육내용 및 운용방법에 대해 소비자들의 교육요구도를 분석하였다. 성인교육은 청소년교육과는 달리 자발적 참여로 이루어지므로 주부의 참여와 동기유발을 위해 그들의 필요와 흥미에 기초한 요구분석이 매우 중요하며, 이러한 요구분석은 사회교육 프로그램의 기획, 교육내용 선정, 교육활동 및 평가의 출발점이 되므로 프로그램 개발을 위해 선행되어야 한다고 하겠다(한국교육개발원, 1999).

본 연구에서는 주부소비자를 대상으로 사회 소비자교육 내용에 대한 요구도 조사와 함께, 사회교육 운영 방법에 대한 요구도 조사를 수행하였다. 특히 요구도 조사는 기존 연구에서 수행되어왔던 교육주체의 나열을 통한 요구도 분석이 아닌, 구체적인 강의주제에 대한 요구도를 조사함으로써 연구 결과가 교육 프로그램의 실제 주제로 사용될 수 있도록 하였다. 또한 요구도 조사를 소비자 특성별로 분석함으로써 소비자교육 집단에 따른 사회소비자교육 프로그램을 개발하고 운영 방안을 모색할 수 있는 기초 자료가 되도록 하였다.

II. 이론적 배경

1. 소비자교육 내용 모형과 체계화

소비자교육 프로그램을 구성할 때 소비자들이 알아야 하는 모든 것을 포함할 수는 없

다. 따라서 소비자교육의 영역은 학습자의 관심이 높고 일반적인 중요성을 가진 개념들 중에서 선별되어야 한다(박재선, 1985). 또한 한정된 시간에 소비자에게 필요한 지식을 습득할 수 있도록 해야 하는데, 이를 위해 교육내용의 체계적 구성이 필요하다.

지금까지 국내에 소개되어진 국외 소비자교육 내용 모형은 대략 10가지 정도이다. 그 가운데 Bannister와 Monsma(1980)의 모형이 비교적 이상적인 것으로 받아들여지고 있다. 이들은 자원을 최대한 활용하고 소비자 문제를 해결한다는 목표 아래 소비자교육을 의사결정, 자원관리, 시민참여 등 3개 주요 개념으로 체계화하여 소비자교육의 전 내용영역을 포괄한 바 있다. “소비자교육은 소비자가 가진 여러 가지 자원을 관리하는데 필요한 지식과 기술을 몸에 익히고, 소비자의 의사결정을 좌우하는 여러 요인에 영향을 미치는 행동을 하는데 필요한 지식과 기술을 획득하기 위한 과정이다.”라고 정의함으로써 소비자자원을 관리하고, 의사결정을 할 때 필요한 지식과 기능을 습득하는 과정을 강조하였다(정용선 외, 1998에서 재인용, p.107).

국내의 소비자교육 내용 연구모형으로는 박재선과 문숙재(1985)의 연구를 최초로 하여, 이득연과 송순영(1992)의 연구가 있었으며, 이후 1990년대 말부터 소비자교육에 대한 필요성이 제기되면서 관련 연구가 증가하고 있다. 여기에서는 본 연구와 직접적으로 관련된 연구만 고찰하였다(표 1 참조).

국내에서 최초로 소비자교육 내용 모형을 제시한 박재선과 문숙재(1985)는 소비자교육 내용을 ‘컨슈머리즘 영역’, ‘사회적 영역’, ‘가정생활 영역’으로 나누고, 이러한 3개 영역에서 소비자 생활의 성공에 기본이 될 수 있다고 판단되는 15개의 과제를 제시하였다. ‘컨슈머리즘’ 영역은 소비자 주의라는 가치의식

에 관련된 것으로 ‘소비자의 생활 이념’, ‘소비자 행정과 법률’, ‘소비자 활동’, ‘소비자 정보와 피해구제’ 등을 포함하고 있다. ‘사회적’ 영역은 소비자의 생활이 사회와 결합되었을 때 상황과 관련된 것으로 ‘일반 경제 문제’, ‘구매 관리’, ‘자원보존’, ‘생활의 이해’ 등을

포함하였다. ‘가정생활’ 영역은 소비자가 가정 생활을 영위할 때 나타나는 일들로 ‘의류와 직물’, ‘식품과 영양’, ‘주택과 기구설비’, ‘아동발달 및 가이던스’, ‘생활의 설계’, ‘운송 및 여가’, ‘건강문제’를 포함하고 있다. 이들의 소비자교육 내용 모형은 가정학의 틀을 근거로

(표 1) 선행연구에 나타난 소비자교육 내용 기본 모형과 체계화

Bannister & Monsma (1980)	박재선과 문숙재 (1985)	이득연과 송순영 (1992)	홍연금과 송인숙 (1999)	배윤정과 김기욱 (2000)
1. 의사결정 1) 소비자 의사결정에 영향을 미치는 외적요인 2) 소비자 의사결정에 영향을 미치는 개인적 요인 3) 의사결정과정	1. 권슈머리증영역 1) 소비자와 생활이념 2) 소비자 행정과 법률 3) 소비자 활동 4) 소비자 정보와 피해구제	1. 가치 교육 1) 소비윤리 및 가치관 2) 소비환경변화와 소비생활	1. 의사결정 1) 소비자 의사결정에 영향을 미치는 외적요인 2) 소비자 의사결정에 영향을 미치는 개인적 요인 3) 의사결정과정	1. 소비자정보기술 1) 인터넷거래 이용법 2) 소비자정보 활용법 2. 구매의사결정 1) 소비자의사결정에 영향을 미치는 요인 2) 의사결정 과정
2. 자원관리 1) 금전계획 2) 구매 3) 보존	2. 사회적 영역 1) 일반경제문제 2) 구매관리 3) 자원보존 4) 생활의 위해	2. 구매 교육 1) 안전·위해 2) 품질·규격 3) 표시·정보 4) 광고 5) 거래조건·방법 6) 가격·유통 7) 소비자불만처리	2. 구매 및 가계관리교육 1) 구매교육 ① 상품 및 서비스선택 ② 품질·기능 ③ 표시·정보 ④ 가격·유통 ⑤ 거래조건·방법 ⑥ 안전·위해 ⑦ 광고와 마케팅 ⑧ 소비자불만처리 2) 가계관리	3. 소비자 재무관리 1) 수입과 지출의 관리 2) 소득과 자산의 보호 3) 자산의 증대 4) 노후설계와 상속
3. 시민의 참여 1) 소비자보호 2) 소비자옹호	3. 가정생활영역 1) 의류와 직물 2) 식품의 영양 3) 주택가구 설비 4) 아동발달 및 가이던스 5) 생활의 설계 6) 운송여가 7) 건강문제	3. 시민의식 교육 1) 소비자권리 2) 소비자책임 3) 소비자참여	3. 시민의식 교육 1) 소비자권리 2) 소비자책임 3) 소비자참여	4. 소비자 주의 1) 소비자권리와 책임 2) 소비자보호 3) 소비자활동

가정생활과 관련된 소비자 문제에 대처하기 위한 지식 습득을 목표로 했기 때문에 사회교육프로그램에 활용하기에는 내용이 지나치게 포괄적이라고 할 수 있다.

이득연과 송순영(1992)의 연구는 사회교육으로의 소비자교육 내용을 제시한 우리나라 최초의 연구였다. 이들은 사회교육의 특성상 피교육자의 교육욕구 충족을 중시해야 하며, 프로그램의 실용성에 중점을 두어야 한다고 주장하면서 소비자교육 내용을 크게 ‘가치 교육’, ‘구매 교육’, ‘시민의식 교육’으로 나누었다. 이러한 3개의 대 영역 중 ‘가치 교육’은 ‘소비윤리 및 가치관’, ‘소비환경변화와 소비생활’로, ‘구매 교육’은 ‘안전·위해’, ‘품질·규격’, ‘표시·정보’, ‘광고 등을 통한 구매요령’, ‘불만피해 대응방법’으로, ‘시민의식 교육’은 ‘소비자 권리와 책임’, ‘소비자운동’으로 다시 세분화 시켰다. 이들 연구의 단점은 소비자교육을 협의의 소비자교육¹⁾으로 한정하였고, 따라서 ‘금전관리’와 같은 합리적인 자원관리부분은 배제되어, 총체적인 소비자교육의 내용을 포괄하지 못하였다는 지적이다.

홍연금과 송인숙(1999)은 민간소비자단체에서 활용할 수 있는 소비자교육 프로그램의 모형을 제시한 바 있다. 이들은 교육내용을 크게 ‘시장경제 기본 원리와 소비자 가치 교육’, ‘구매 및 가계관리 교육’, ‘소비자권리·역할 교육’으로 분류하였다. ‘시장경제 기본 원리와 소비자 가치 교육’은 ‘소비윤리 및 가치관’, ‘소비환경 변화와 소비 생활’을 포함하고 있고, ‘구매 및 가계관리 교육’은 다시 ‘상품 및 서비스 선택’, ‘품질·기능’, ‘표시·정보’, ‘가격·유통’, ‘거래조건·방법’, ‘안전·위해’, ‘광고와 마케팅’, ‘소비자 불만처리’ 등의 내

용을 포함하는 ‘구매교육’과 ‘소득’, ‘지출’, ‘신용’, ‘저축’, ‘보험’, ‘조세’, ‘가계예산’을 포함하는 ‘가계관리’를 포함하고 있다. 마지막으로 ‘소비자권리·역할 교육’은 ‘소비자권리’, ‘소비자참여’, ‘소비자책임’의 내용을 담고 있다. 전체적인 모형은 이득연과 송순영(1992)의 소비자단체 교육내용 모형을 토대로 하였으나, 새로이 ‘가계관리’를 포함하였다는 점에서 큰 차이를 보였으며, 구매 영역을 보다 세분화하였다는 특징이 있었다.

배운정과 김기욱(2000)의 연구는 Bannister와 Monsma(1980)의 모형을 바탕으로 정보화 사회에서 합리적인 소비자가 되기 위한 소비자교육 내용을 제시하고 있다. Bannister와 Monsma의 개념분류를 기본모델로 삼되, 정보사회부분을 보완하는 형식을 취하였다. 그러나 Bannister와 Monsma의 연구와 달리 ‘재무관리’ 영역을 별도 영역으로 명확히 분리하여 포함하였고, ‘구매의사결정’ 영역, ‘소비자주의’ 영역, 그리고 ‘정보기술’ 영역을 추가하여 구성하였다.

2. 소비자교육 내용 요구도 분석

소비자교육 내용에 대한 요구도를 분석한 연구는 총체적인 소비자교육 내용에 관한 요구도를 주부, 노인, 아동 등 다양한 집단을 대상으로 분석한 경우가 대부분이며, 일부 연구에서는 ‘구매의사결정’이나 ‘가계재무관리’ 등 한 가지 특정 영역에 관해 집중적으로 교육내용 요구도를 다루었다.

우리나라의 소비자교육내용 요구도 조사는 성영애와 이기춘에 의해 1988년에 처음 수행되었다. 주부를 교육대상으로 하여 17개의 소비자교육 주제 영역별로 살펴본 결과 요구도

1) 협의의 소비자교육은 “소비자 정보를 제외하고 소비생활에서의 최대만족을 위한 합리적인 자원관리 능력 및 의사결정 능력, 그리고 소비자 이익실현을 위한 참여행동 능력을 기르는데 필요한 지식과 기술을 익히는 과정을 의미한다”(이득연·송순영, 1992).

가 높은 항목은 ‘식품’, ‘교육’, ‘소비자 보건’, ‘소비자 기만과 보호’, ‘주택’, ‘의류’, ‘가정용 기기 및 가구’, ‘가계경제계획 및 실행방법’ 인 것으로 나타났다. 반면, ‘저축과 투자’, ‘조세와 지역사회 자원’, ‘일반구매지식’, ‘소비자 조직과 소비자 참여’, ‘경제 이론’, ‘여가’, ‘보험 및 신용’, ‘자동차’는 상대적으로 요구도가 낮았다. 가계소득, 교육수준, 가정생활주기에 따른 소비자교육요구도를 비교분석하였는데, 주부의 교육수준은 ‘가계경제계획 및 실행방법’, ‘저축과 투자’, 가정용기기 및 가구’, ‘자동차’, ‘여가’, ‘교육’, ‘소비자보건’ 등 7개 항목에 대해 교육요구도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가계소득수준과 가정생활주기는 각기 4개와 3개 항목에서 교육요구도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

이혜임과 이승신(1996)의 연구에서는 55세 이상 74세 이하의 노인을 대상으로 조사하였다. 분석결과 영역별 요구도 조사에서는 ‘사회적 영역’, ‘컨슈머리즘 영역’, ‘가정생활영역’ 순으로 나타났고, 세부적인 교육내용 중에서는 ‘환경문제’ 교육요구가 가장 높았으며, 다음은 ‘불만처리·보상문제’, ‘계약’, ‘투자/보험’, ‘지역사회 공공자원의 종류/이용법’ 등의 ‘서비스선택활용’교육, ‘소비자옹호’, ‘세금’, ‘주택소유/임대차’, ‘소비자보호법’ 등의 순으로 나타났다. 회귀분석 결과 소비자의 연령이 높을수록 교육요구도는 낮아지며, 교육수준이 높을수록 교육요구도는 높아지는 것으로 분석되었다.

만 60세 이상의 남녀노인을 대상으로 하여 조사한 권정원과 이기춘(1997)의 연구에서는 ‘건강’, ‘병원이용과 피해구제’에 대한 교육요구도가 높았고, 다음으로 ‘여가’, ‘조세’ 순이었다. 한편, 성별, 연령, 교육수준, 가족형태, 월평균용돈크기, 직업유무, 소비자교육 경험유무 등의 특성에 따라 세부내용영역별 소비자

교육요구도가 차이를 보이는 것으로 나타났다.

한편, 서정희(1998)는 학령 전 아동을 대상으로 한 소비자교육에 대한 요구도 조사를 한 결과 어머니와 교사의 교육 요구순위는 조금씩 다르기는 하나 22개의 교육 내용영역별 요구도는 전반적으로 높았으며, 특히 ‘용돈관리’, ‘저축’, ‘식품’, ‘의복’, ‘학용품’, ‘환경문제’, ‘자원활용’ 등에 관한 요구도가 높게 나타났다. 어머니들의 경우 소비자지식이 풍부하고 소비자기능수준이 높을수록 학령전 아동소비자교육에 대한 요구를 많이 하고 있는 것으로 분석되었다.

배운정과 김기옥(2000)은 전문가 집단과 일반소비자 집단에게 소비자교육 내용의 적합성 평가와 요구도 조사를 실시하여 소비자교육내용의 구성안을 검증하였다. 그 결과 전문가 집단과 소비자 집단 모두에서 ‘소비자주의’ 영역과, ‘재무관리’ 영역의 요구도가 높게 나타났다. ‘구매의사결정’ 영역에서는 ‘소비자 만족·불만족과 소비자 대응행동’이 두 집단에서 공통적으로 가장 높게 평가된 항목이었고, ‘재무관리 영역’의 경우 전문가 집단에서는 ‘차용 관리’, ‘세금 관리’, ‘지출 관리’, ‘자금 관리’의 순서로 요구도의 순위가 나타났으나, 소비자집단에서는 ‘세금 관리’, ‘자금 관리’, ‘차용 관리’, ‘지출 관리’의 순으로 나타나 두 집단간 요구 순위에 다소 차이가 있었다.

한편, 몇몇 연구에서는 특정한 영역에 대한 소비자교육 요구분석을 수행하였다. 이은희와 이기춘(1991)의 연구에서는 소비자들이 요구하는 정보 항목을 조사한 결과 요구도 순위는 ‘상품의 사용방법·관리방법에 관한 정보’, ‘상품선택 요령에 관한 정보’, ‘상품의 가격과 판매점에 관한 정보’, ‘각 상표가 바람직한 점을 얼마나 가졌는가에 관한 정보’, ‘생활설계에 관한 정보’ 순으로 나타났다. ‘상품의 사용방법·관리방법에 대한 정보’는 자녀출산, 미취학 아

동기 이전과 자녀 대학 교육기에서 높게 나타났고, '각 상표가 바람직한 점을 가진 정도에 관한 정보'요구에서는 가족생활주기 초기와 후기집단에서 높게 나타났다.

반면, 홍향숙과 이기춘(1997)은 기혼 여성의 재무관리교육에 대해 요구분석을 실시하였는데 그 결과, 기혼여성소비자들의 재무관리 교육요구도가 높은 것으로 나타났다. 주제 영역간의 교육요구순위는 '저축'에 관한 요구도가 가장 높고, '보험', '주택' 및 그 외 '부동산', '세금', '지출계획' 순이었으며, 요구 순위가 가장 높은 문항은 '생활을 하다가 겪을 수 있는 각종 위험과 대비책'에 관한 교육이었고, 그 다음으로는 '보험에 들 때 소비자로서 유의해야 할 사항'에 관한 교육 순으로 나타났다. 한편, '주식투자 방법과 유의사항'에 관한 교육은 가장 낮은 요구도를 보였다. 여성소비자의 개인특성과 가족특성에 따른 재무관리교육 요구도를 분석한 결과 연령, 교육수준, 가족생활주기, 재정요구, 자산규모가 재무관리교육 9개 세부항목 중 3개영역 이상에서 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

서인주와 두경자(2003)는 대학생들을 교육대상으로 한 신용카드 사용에 관한 소비자교육 프로그램을 개발하면서 교육내용에 대한 요구도를 조사한 바 있었다. '카드분실, 도난, 대여, 양도시 대처방법 및 보상방법'이 가장 높은 교육요구도를 보였고, '신용카드의 합리적인 사용법', '신용불량자 등록사유, 절차, 사회적 제약 및 사전예방' 등이 뒤를 이었다.

3. 사회소비자교육 운영 방법 요구도 분석

사회소비자교육 운영방법에 대한 요구도 조사는 일부 연구에서 이루어졌다. 이득연과 송순영(1992)의 연구에 의하면 조사대상자의 79%가 소비자교육에 참여할 의향이 있는 것으로

나타났다. 인구통계학적 특성별로 살펴보면 주부연령이 30대의 경우 참여의향이 가장 높아 84.3%를 나타냈으며, 20대(82.8%), 40대(79.4%) 순으로 분석되었다. 또한, 학력이 높고 소득이 높을수록 소비자교육에 참여하겠다는 비율이 높은 것으로 나타났다.

권정원과 이기춘(1997)은 노인소비자교육에 대한 요구도를 분석하였다. 소비자교육을 받기 희망하는 장소로 노인학교, 복지시설, 교회나 절, 소비자 전문기관 순으로 나타나 공공기관이나 시설에서 교육받길 원하는 것으로 분석되었고, 교육기간은 1주일, 3-4일, 1달 순으로 대부분 1달 이내의 단기교육을 원하는 것으로 나타났다. 또한 응답자의 74%가 강의식 교육을 원하였으며, 조사대상자의 62.6%가 교육 경비를 내더라도 소비자교육을 받고 싶다고 답하였다.

한국교육개발원(1999)은 일반적 사회교육에 대한 요구도 조사를 수행한 바 있다. 평생교육 요구도를 조사한 결과 학습자들은 기초교양 문화소양교육에 높은 참여의사를 보였다. 향후 교육 참여 동기로는 일반인, 학습자 모두 교양 및 자기개발을 위해 참여하겠다는 응답이 절반 이상을 차지했다. 한편, 취업, 전직, 자격증 등의 취득을 위해 사회교육에 참여하겠다는 응답이 다음을 차지해 사회교육에 참여하는 동기는 이 두 가지로 크게 양분됨을 알 수 있었다. 교육받고 싶은 교육기관으로는 대학부설 사회교육원, 비영리 공공연수원 등의 순서로 나타났다. 희망하는 교육기간은 일반인, 학습자 모두 1개월~3개월이 가장 많았고, 3개월~6개월, 6개월~1년 순으로 나타났다. 원하는 교육시간은 일반인, 학습자 모두 평일 오전, 평일 낮의 순서로 나타났다. 교육방법으로는 일반인, 학습자 모두 강의와 실습을 병행하는 방법에 대한 선호가 가장 높은 것으로 나타나, 강의식교육을 선호한다고 했던 권정

원과 이기춘(1997)의 연구결과와 차이를 보였다.

한편, 백병성(1994)은 한국소비자보호원에서 실시한 대학생 소비자보호 실무강좌를 들었던 학생들을 대상으로 만족도 조사를 실시하였는데, 그 결과, 모의분쟁실습, 상담사례연수, 견학 등 실무 및 사례위주의 교육이 만족도가 높은 반면, 기본적인 이론적인 과목은 만족도가 낮게 나타나, 이론적인 교육내용보다 참여식 교육이 효율적임을 시사한 바 있었다.

서인주와 두경자(2003)의 대학생을 대상으로 한 소비자교육운영방법에 대한 설문에 의하면 교육방법으로는 시청각방식을 응답자의 46.89%가 가장 선호하는 것으로 나타났고, 한시간씩 1-2회의 단기교육을 선호하였다. 교육자로는 응답자의 70%이상이 소비자교육을 전공한 전문가를 원했고, 기업 고객지원부 담당자라는 응답도 13.6%로 다음 순이었다.

III. 연구방법

1. 연구문제

앞에서 고찰한 선행연구에 기초하여 본 연구에서 설정한 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 주부들의 사회소비자교육 내용에 대한 요구도는 어떠한가? 사회소비자교육 내용 요구도는 소비자특성에 따라 어떠한 차이가 나타나는가?

연구문제 2. 주부들의 사회소비자교육 운영방법에 대한 요구도는 어떠한가? 사회소비자교육 운영방법 요구도는 소비자특성에 따라 어떠한 차이가 나타나는가?

2. 조사도구의 작성

요구도 조사를 위한 질문지는 크게 세 부

분으로 구성되었다. 첫 번째는 조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위한 문항, 두 번째는 소비자교육 내용에 대한 요구도를 묻는 문항, 세 번째는 소비자교육 운영 방법에 대한 요구도를 묻는 문항이었다.

소비자교육 내용 모형은 전술한 문헌고찰과 사회소비자교육 현황(양세정, 2005)을 통해 살펴본 내용을 토대로 다음과 같이 설정하였다. 배운정과 김기옥(2000)의 모형을 기본 모델로 하였는데, 이들의 연구는 정보사회의 사회교육내용체계화를 다음에 따라 '구매의사결정', '가계재무관리', '소비자주의' 외, '소비자정보기술' 관련 교육내용을 별도의 대분류 영역으로 포함한 바 있었으나, '소비자정보기술'에 대한 내용은 일반적인 사회교육프로그램개발을 목적으로 하는 본 연구의 목적에 부합하지 않는 것으로 판단하여 제외하였다. 결과적으로 본 연구에서는 '구매의사결정', '가계재무관리', '소비자주의' 등 세 영역을 기본으로 하였다.

'구매의사결정' 영역은 소비자의사결정과정을 단계별로 풀어서 '문제인식', '소비자 정보탐색', '구매절차', '구매결과에 대한 평가'로 나누어 분류하였다. '가계재무관리' 영역은 가계 재무설계의 필요성과 원리를 설명하는 '가계재무관리 기초', 차용·세금·지출관리에 대한 내용이 들어있는 '효율적 소비', 보험과 저축에 대한 내용이 들어 있는 '재정적 안정', 부동산과 주식 투자에 대한 내용인 '자산의 증대', 노후설계와 상속과 증여세 절세에 대한 내용을 담고 있는 '노후 자산관리'로 분류하였다. 본 연구의 마지막 영역인 '소비자주의' 영역은 '소비자 권리와 책임', '소비자관련 법', '소비자보호 행정 및 소비자단체 활동'의 내용으로 기존 연구들의 내용과 맥을 같이 하였고, 한국소비자보호원의 상담처리에서 많이 이루어졌던 '소비자 피해구제'에 관한 내용도

덧붙였다.

<표 2>의 소비자교육 내용 모형을 기본으로 하여, 세부분항은 관련선행연구와 소비자 관련 교재를 참조하였다. 소비자교육 내용 영역은 ‘구매의사결정’ 영역 9문항, ‘가계재무관리’ 영역 12문항, ‘소비자주의’ 영역 6문항 등 총 27문항으로 구성하였다. 요구도를 측정하기 위하여 ‘매우 배우고 싶다(4점)’, ‘배우고 싶다(3점)’, ‘그저 그렇다(2점)’, 그리고 ‘배우고 싶지 않다(1점)’ 등 4점 척도를 사용하였

다. 일반적으로 사용되는 5점 척도 대신 4점 척도를 사용한 이유는 ‘배우고 싶지 않다’와 ‘전혀 배우고 싶지 않다’를 포함한 5점 척도를 사용한 예비조사 결과, 의미상 차이가 없다고 판단하였기 때문이다.

소비자교육 운영방법은 교육장소, 교육빈도, 교육기간 및 방법에 대한 문항으로 구성되었다. 교육장소는 교육받고 싶은 장소를 복수응답하도록 하였으며, 교육빈도, 기간 및 방법은 가장 선호하는 형태를 표기하도록 하였다. 소

〈표 2〉 소비자교육 내용 요구도 문항

대분류 영역	중분류	세부 문항
구매의사결정 (9문항)	문제인식	- 소비에 영향을 미치는 개인적 요인 - 소비환경 변화와 소비생활
	소비자정보탐색	- 구매 시 가격과 관련된 정보탐색 방법 - 구매 시 품질과 관련된 정보탐색 방법
	구매절차	- 물건구매 시기 - 구매 시 상점선택 요령 - 품질보증마크와 상표선택 요령
	구매결과에 대한 평가	- 구매 후 불만족시 계약해지 방법 - 제품의 사용·관리방법
가계재무관리 (12문항)	가계재무관리 기초	- 경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전 계획 방법
	효율적 소비	- 가계의 소득에 맞추어 예산을 세우는 방법 - 신용대출을 받을 수 있는 방법과 유의사항 - 신용카드로 구입할 때 유의사항 - 세금의 납부기한일과 연말정산 방법 - 각종 세금을 줄일 수 있는 방법
	재정적 안정	- 보험의 종류 및 각 보험의 장단점 - 금융기관과 금융상품의 특성비교
	자산의 증대	- 주식투자 방법과 유의사항 - 주택구입시 고려해야 할 사항
	노후자산관리	- 국민연금과 개인연금 - 상속세와 증여세 절세요령
소비자주의 (6문항)	소비자권리와 책임	- 소비자의 권리와 의무 - 환경을 살리는 녹색소비생활
	소비자관련법	- 각종 소비자관련 법규
	소비자피해구제	- 소비자피해보상 절차와 방법
	소비자보호행정 및 활동	- 소비자보호 행정기관과 소비자단체 활동 - 시민사회와 소비자운동

비자교육 운영방법에 대한 문항은 권정원과 이기춘(1997)의 연구를 토대로 수정, 보완하였다.

3. 자료수집과 분석방법

본 연구는 서울시에 거주하는 주부들을 조사대상으로 하였다. 표본추출방법은 임의표본방법을 사용하였다. 본 조사를 위한 자료수집에 앞서 2002년 5월 2일부터 5월 7일까지 예비조사를 실시하였으며, 수정 과정을 거친 후 2002년 5월 15일부터 5월 22일 까지 본 조사를 실시하였다. 총 850부 중 711부를 회수하

였고, 응답이 부실한 8부를 제외하고 총 703부를 최종 분석에 사용하였다.

주부들의 소비자교육에 대한 요구도를 알아보기 위하여 백분율, 평균, 표준편차, 빈도를 계산하였고, 인구학적 특성별로 소비자교육 내용에 대한 요구도에 차이가 있는지를 검증하기 위하여 일원분산분석을 실시하였다. 분석결과 통계적으로 유의미한 차이가 있는 경우, 집단간 차이를 보기 위하여 사후검증의 한 유형인 Duncan test를 실시하였다. 또한 인구학적 특성별 소비자교육 운영방법에 대한 요구도에 차이가 있는지를 보기 위하여 Chi검증

〈표 3〉 조사대상자의 일반적 특성 (N=703)

변수	집단	전체		참여의향		N(%)	
				긍정적 ^a	부정적		
		703	(100.0)	617	(87.8)	86	(12.2)
주부 연령	20대	88	(12.5)	78	(12.6)	10	(11.6)
	30대	188	(26.7)	175	(28.4)	13	(15.1)
	40대	307	(43.7)	262	(42.5)	45	(52.4)
	50대 이상	120	(17.1)	102	(16.5)	18	(20.9)
	평균 (표준편차)	41.4	(9.11)	41.1	(8.89)	44.1	(10.29)
주부 최종학력	중졸 이하	97	(13.8)	77	(12.5)	20	(23.3)
	고졸	302	(43.0)	260	(42.1)	42	(48.8)
	전문대졸	110	(15.6)	98	(15.9)	12	(14.0)
	4년제 대졸 이상	194	(27.6)	182	(29.5)	12	(14.0)
가주주 직업	무직	26	(3.7)	20	(3.2)	6	(7.0)
	기술·생산직	146	(20.8)	118	(19.1)	28	(32.6)
	자영업·제조업·서비스직	160	(22.8)	144	(23.3)	16	(18.6)
	사무직	157	(22.3)	144	(23.3)	13	(15.1)
	전문·관리직	214	(30.4)	191	(31.0)	23	(26.7)
가계소득	월 100만 원 미만	40	(5.7)	32	(5.2)	8	(9.3)
	월 100-200만 원 미만	116	(16.5)	95	(15.4)	21	(24.4)
	월 200-300만 원 미만	217	(30.9)	196	(31.8)	21	(24.4)
	월 300-400만 원 미만	173	(24.6)	158	(25.6)	15	(17.4)
	월 400-500만 원 미만	80	(11.4)	70	(11.3)	10	(11.6)
	월 500만 원 이상	77	(10.9)	66	(10.7)	11	(12.8)

^a 소비자교육참여의향을 묻는 문항에 '있다', '그저그렇다'를 긍정적 의향으로 간주하였다.

을 실시하였다. 통계분석을 위하여 SAS-PC Program을 이용하였다.

최종 분석에 포함된 703명에 대한 일반적 특성은 <표 3>과 같다. 이 중 사회교육에의 참여의향이 있거나 그저 그렇다고 긍정적으로 답한 사람은 617명(87.8%)이었으며, 참여의향이 없다고 답한 사람은 86명(12.2%)이었다. 소비자교육 요구도 분석에 사용한 자료는 사회교육을 받을 의향이 있다고 답한 (중립적 답변인 ‘그저 그렇다’의 경우 포함) 617명이었다. 이는 선행연구들이 모든 조사대상자를 분석에 포함했던 것과 차이를 보이는데, 사회교육프로그램은 특성상 교육욕구를 가져야만 교육에 참여할 가능성이 있기 때문에 교육을 받을 의향이 있는 집단만을 대상으로 한 자료가 사회교육프로그램에 대한 요구를 효과적으

로 파악할 수 있다고 판단하였다.

소비자교육요구도 분석에 사용된 617명의 특성을 살펴보면, 40대 주부의 비중이 42.5%(262명)로 가장 높았고, 학력은 고졸 학력을 가진 사람의 비중이 42.1%(260명)를 차지하여 가장 높게 나타났으며, 주부가 직업이 있는 경우는 34.2%(211명)였다. 가계소득은 월 200만 원에서 400만 원 사이에 절반 이상(57.4%)이 분포해 있는 것으로 나타났다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 소비자교육 내용 요구도

1) 소비자교육 내용 영역별 요구도

<표 4>는 대분류 영역 내 세부문항 내용을

<표 4> 소비자교육 내용의 요구도 점수에 따른 분류

요구도	구매의사결정	가계재무관리	소비자주의
전체평균	2.63*	2.86	2.76
3.1		· 각종 세금을 줄일 수 있는 방법 · 주택구입시 고려 사항	
3.0	· 구매 후 불만족시 계약해지 방법		· 소비자피해보상 절차와 방법
2.9		· 장기적인 가족의 금전계획 방법 · 세금의 납부기일, 연말정산 방법	
2.8		· 상속세와 증여세 절세 요령 · 국민연금과 개인연금 · 가계소득에 맞춘 예산계획 방법	· 소비자의 권리와 의무
2.7		· 신용카드로 구입 시 유의사항 · 금융기관, 금융상품 특성 비교	· 환경을 살리는 색소비생활
2.6	· 구매시 가격정보탐색 방법 · 구매시 품질정보탐색 방법 · 물건구매시기 · 제품의 사용관리 방법	· 보험의 종류 및 장단점 · 신용대출을 받을 수 있는 방법 등	
2.5	· 구매시 상점선택 요령		· 소비자보호행정기관/소비자단체 · 각종 소비자관련법규
2.4	· 품질보증마크와 상표선택 요령 · 소비환경변화와 소비생활	· 주식투자 방법과 유의사항	· 시민사회와 소비자운동
2.3	· 소비에 영향을 미치는 개인적 요인		

*4점 척도를 사용함: ‘매우 배우고 싶다(4)’, ‘배우고 싶다(3)’, ‘그저 그렇다(2)’, ‘배우고 싶지 않다(1)’.

점수대별로 정리한 것이다. 먼저 ‘구매의사결정’, ‘가계재무관리’, ‘소비자주의’ 등 세 가지 대분류 영역에 대한 소비자교육 내용 문항별 요구도 점수의 평균값을 살펴보면, ‘가계재무관리’ 영역이 4점 만점에 2.86으로 가장 큰 수치를 보였고, ‘소비자주의’ 영역 2.76, ‘구매의사결정’ 영역 2.63의 순서였다.

교육요구도를 세부항목별로 살펴보면 ‘각종 세금을 줄일 수 있는 방법’과 ‘주택구입시 고려사항’이 가장 높은 3.1이었으며, 가장 낮게는 ‘소비에 영향을 미치는 개인적 요인’이 2.3이었다. 가장 높은 교육요구도를 보였던 두개의 세부항목은 모두 ‘가계재무관리’ 영역이었다. 한편 ‘구매의사결정’ 영역에서는 ‘구매 후 불만족시 계약해지 방법’에 대한 요구도가 가장 높았고, ‘소비자주의’ 영역에서는 ‘소비자 피해 보상 절차와 방법’이 가장 높은 교육요구도를 보였다. 이는 구매 후 불만족시 계약해지가 쉽지 않고 결국 소비자 피해로 연결된다는 점에서 유사한 교육요구로 보이며, 소비자가 피해를 입었을 경우 해결방안에 관한 지식을 얻고자하는 주부들의 높은 의욕을 나타낸 것으로 판단된다.

2) 소비자 특성에 따른 소비자교육 내용에 대한 요구도

(1) 주부의 연령대별

주부의 연령대별로 소비자교육 내용 각 영역에 대한 문항별 요구도를 살펴보면 <표 5>과 같다. 결과 중 주부의 연령대별 소비자교육에 대한 적극적 요구가 있다고 판단되는 요구도 수치 3.0이상인 경우를 살펴보면(검은 그림자 영역) ‘구매 후 불만족시 계약해지 방법’, ‘각종 세금을 줄일 수 있는 방법’과 ‘주택구입시 고려해야 할 사항’에 대해서는 모든 연령대에서 3.0이 넘는 높은 교육요구도를

보였다. 2,30대 젊은 집단은 공통적으로 ‘경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전계획방법’에 대해 높은 교육 요구를 나타내었으며, 50대 이상의 경우 ‘상속세와 증여세 절세 요령’에 소비자교육에 대한 관심이 많은 것으로 분석되었다.

주부의 연령대에 따라 소비자교육 내용 요구도는 다소 차이를 보였는데, 대분류 중 ‘가계재무관리’영역에 대한 교육요구도는 연령대에 따라 유의미한 차이를 보였고, 특히 젊은 층에서 교육요구도가 높았다. ‘구매의사결정’영역의 경우 ‘구매 후 불만족시 계약해지 방법’에 대해서는 20대가구가 3.36으로 가장 높은 교육요구도를 보였다. 이 밖에 ‘소비에 영향을 미치는 개인적 요인’과 ‘소비환경변화와 소비생활’의 경우 소비생활이 가장 활발히 이루어지고 있는 3,40대 층에서 가장 높은 교육요구를 나타내었다. ‘가계 재무관리’ 영역의 경우, 젊은 주부의 교육요구도가 상대적으로 높게 나타났으며, 특히 ‘가계의 소득에 맞추어 예산을 세우는 방법’과 ‘주택구입시 고려해야 할 사항’에 있어서 이러한 경향이 두드러졌다. 한편 ‘상속세와 증여세 절세 요령’의 경우 50대이상의 요구도가 상대적으로 높았다. ‘소비자주의’ 영역 중에서는 ‘소비자 피해 보상 절차와 방법’에 대하여 젊은 층의 교육요구도가 상대적으로 높게 나타나 20대의 경우 요구도가 3.27이었다. ‘구매의사결정’영역에서는 ‘구매 후 불만족시 계약해지 방법’에 대해서는 20대가구가 3.36으로 가장 높은 교육요구도를 보였다. 이 밖에 ‘소비에 영향을 미치는 개인적 요인’과 ‘소비환경변화와 소비생활’의 경우 소비생활이 가장 활발히 이루어지고 있는 3,40대 층에서 가장 높은 교육요구를 나타내었다.

(표 5) 주부 연령대별 소비자교육 내용 요구도

내용 영역	대분류	세부 문항	주부 연령					
			전체	20대	30대	40대	50대	F-값
구매 의사 결정	문제인식	소비에 영향을 미치는 개인적 요인	2.39	2.24 ^a	2.50 ^{ab}	2.43 ^b	2.24 ^b	4.09**
		소비환경변화와 소비생활	2.45	2.26 ^b	2.47 ^a	2.50 ^a	2.43 ^a	2.67*
	소비자정보탐색	구매시 가격과 관련된 정보탐색방법	2.66	2.55	2.67	2.69	2.63	0.92
		구매시 품질과 관련된 정보탐색방법	2.68	2.59	2.71	2.69	2.67	0.54
	구매절차	물건 구매 시기	2.68	2.72	2.79	2.63	2.58	2.41
		구매시 상점선택요령	2.58	2.54	2.55	2.63	2.54	0.57
		품질보증마크와 상표선택요령	2.44	2.38	2.42	2.48	2.42	0.50
	구매결과에 대한 평가	구매 후 불만족시 계약해지 방법	3.12	3.36 ^c	3.15 ^b	3.01 ^b	3.14 ^b	5.40**
		제품의 사용·관리 방법	2.67	2.58	2.71	2.69	2.64	0.76
	소 계		2.63	2.58	2.67	2.64	2.59	1.00
가계 재무 관리	가계재무 관리기초	경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전계획방법	3.02	3.14	3.09	2.97	2.93	2.43
	효율적 소비	가계의 소득에 맞추어 예산을 세우는 방법	2.88	3.09 ^a	2.98 ^{ab}	2.82 ^{bc}	2.69 ^c	6.39**
		신용대출을 받을 수 있는 방법과 유의사항	2.63	2.74	2.67	2.57	2.60	1.24
		신용카드로 구입할 때 유의사항	2.74	2.77	2.78	2.74	2.65	0.66
		세금의 납부기한일과 연말정산 방법	2.90	3.03	2.88	2.91	2.80	1.67
		각종 세금을 줄일 수 있는 방법	3.17	3.19	3.23	3.10	3.24	1.88
	재정적 안정	보험의 종류 및 각 보험의 장단점	2.72	2.79	2.74	2.69	2.69	0.49
		금융기관과 금융상품의 특성 비교	2.78	2.83	2.82	2.76	2.71	0.71
	자산의 증대	주식투자 방법과 유의사항	2.48	2.60	2.54	2.43	2.39	1.26
		주택구입시 고려해야 할 사항	3.17	3.37 ^a	3.23 ^{ab}	3.12 ^{bc}	3.02 ^c	4.34**
노후자산관리	국민연금과 개인연금	2.91	2.99	2.90	2.86	2.98	1.03	
	상속세와 증여세 절세 요령	2.90	2.78 ^b	2.96 ^{ab}	2.82 ^b	3.08 ^a	3.57*	
소 계		2.86	2.95 ^a	2.90 ^{ab}	2.82 ^b	2.81 ^b	3.03*	
소비자 주의	소비자권리와 책임	소비자의 권리와 의무	2.90	3.00	2.97	2.86	2.80	2.10
		환경을 살리는 녹색소비생활	2.78	2.78	2.81	2.76	2.75	0.30
	소비자관련법	각종 소비자관련 법규	2.64	2.72	2.71	2.60	2.54	1.87
	소비자피해구제	소비자피해보상 절차와 방법	3.07	3.27 ^a	3.13 ^{ab}	2.99 ^b	3.03 ^b	4.80**
	소비자보호행정 및 활동	소비자보호 행정기관과 소비자단체 활동	2.64	2.64	2.69	2.60	2.69	0.79
		시민사회와 소비자운동	2.50	2.44	2.57	2.50	2.45	0.98
	소 계		2.76	2.81	2.81	2.72	2.71	2.38
총 계		2.76	2.79	2.80	2.73	2.71	1.90	

* p≤05, *** p≤.01에서 통계적으로 유의

■ 은 교육요구도가 3.0이 넘는 항목을 나타냄.

(2) 주부의 학력별
주부의 학력별로 소비자교육 내용 각 영역
에 대한 문항별 요구도를 살펴보면 <표 6>과

같다. 결과 중 주부의 학력별 소비자교육에
대한 적극적 요구가 있다고 판단되는 요구도
수치 3.0 이상인 경우만을 살펴보면(검은 그

<표 6> 주부 학력별 소비자교육 내용 요구도

내용 영역	대분류	세부 문항	주부 학력				F-값
			중졸 이하	고졸	전문대 졸	4년제 대졸 이상	
구매 의사 결정	문제인식	소비에 영향을 미치는 개인적 요인	2.32	2.37	2.39	2.46	0.82
		소비환경변화와 소비생활	2.34	2.46	2.50	2.46	0.88
	소비자정보탐색	구매시 가격과 관련된 정보탐색방법	2.66	2.67	2.57	2.70	0.69
		구매시 품질과 관련된 정보탐색방법	2.74	2.67	2.74	2.63	0.76
	구매절차	물건구매시기	2.66	2.61	2.66	2.80	2.48
		구매시 상점선택요령	2.56 ^a	2.62 ^a	2.37 ^b	2.65 ^a	3.41*
	구매결과에 대한 평가	품질보증마크와 상표선택 요령	2.40	2.45	2.43	2.45	0.11
		구매 후 불만족시 계약해지 방법 제품의 사용·관리 방법	3.06 ^{ab}	3.05 ^b	3.09 ^{ab}	3.24 ^a	2.96*
	소 계		2.60	2.62	2.59	2.68	1.20
	가계 재무 관리	가계재무 관리기초	경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전계획 방법	2.94	2.98	3.02	3.11
효율적 소비		가계의 소득에 맞추어 예산을 세우는 방법	2.78	2.84	2.90	2.96	1.37
		신용대출을 받을 수 있는 방법과 유의사항	2.70	2.62	2.60	2.61	0.28
		신용카드로 구입할 때 유의사항	2.73	2.73	2.68	2.77	0.30
		세금의 납부기한일과 연말정산 방법	2.83	2.91	2.81	2.97	1.44
		각종 세금을 줄일 수 있는 방법	3.16	3.14	3.14	3.24	0.81
재정적 안정		보험의 종류 및 각 보험의 장단점	2.71	2.75	2.72	2.67	0.39
		금융기관과 금융상품의 특성 비교	2.65 ^b	2.74 ^{ab}	2.71 ^b	2.92 ^a	3.52*
자산의 증대		주식투자 방법과 유의사항	2.17 ^c	2.43 ^b	2.42 ^b	2.71 ^a	6.95**
		주택구입시 고려해야 할 사항	3.00	3.16	3.19	3.24	1.94
노후자산관리	국민연금과 개인연금	2.95	2.87	2.93	2.94	0.53	
	상속세와 증여세 절세요령	3.09	2.86	2.90	2.88	1.84	
소 계		2.81	2.84	2.84	2.92	1.89	
소비자 주의	소비자권리와 책임	소비자의 권리와 의무	2.88	2.86	3.00	2.91	1.02
		환경을 살리는 녹색소비생활	2.79	2.74	2.78	2.81	0.46
	소비자관련법	각종 소비자관련 법규	2.47 ^b	2.60 ^{ab}	2.63 ^{ab}	2.77 ^a	3.83**
	소비자피해구제	소비자피해보상 절차와 방법	2.95 ^b	2.99 ^b	3.19 ^a	3.17 ^a	5.40**
	소비자보호행정 및 활동	소비자보호 행정기관과 소비자단체 활동	2.58	2.62	2.74	2.65	1.00
		시민사회와 소비자운동	2.45	2.48	2.53	2.55	0.56
	소 계		2.69 ^b	2.71 ^{ab}	2.81 ^a	2.81 ^a	2.89*
총 계		2.71	2.74	2.75	2.82	2.13	

* p<05, *** p<.01에서 통계적으로 유의

■ 은 교육요구도가 3.0이 넘는 항목을 나타냄.

림자 영역) 전문대졸과 4년제 대졸 이상 집단의 경우 ‘소비자 피해 보상 절차와 방법’, ‘경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전 계획 방법’에 대해 3.0이 넘는 높은 교육요구도를 보였다. 한편 ‘각종 세금을 줄일 수 있는 방법’, ‘구매 후 불만족시 계약 해지 방법’, ‘주택구입시 고려해야 할 사항’은 전 집단에서 높은 교육 요구도를 나타내었다. ‘상속세와 증여세 절세요령’의 경우 중졸이하 집단의 요구도가 높은 것으로 나타났다.

학력은 일부 교육항목에 대해 교육요구도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 세 개의 대분류 영역 중 ‘소비자주의’영역에 대한 평균적인 요구도는 학력에 따라 유의미한 차이를 보였고, 고학력층의 소비자교육요구도가 높은 것으로 나타났다. ‘가계재무관리’ 영역에서는 ‘금융기관과 금융상품의 특성 비교’, ‘주식투자 방법과 유의사항’ 등 재테크와 관련한 교육 내용에 고학력주부들의 관심이 큰 것으로 분석되었는데, 특히 주식투자방법과 유의사항의 경우 중졸이하주부의 요구도는 2.17인 반면, 4년제대졸이상 주부의 경우 2.71로 나타나 큰 폭의 차이를 보였다. ‘구매의사결정’ 영역의 ‘구매 후 불만족시 계약해지 방법’, ‘소비자주의’영역에서의 ‘소비자피해보상 절차와 방법’, ‘각종 소비자관련 법규’ 등에서 고학력주부의 교육요구도가 높게 나타남으로써 이들 집단이 소비자권리를 찾기 위한 지식 확보에 관심을 가지는 것으로 나타났다.

(3) 가구주의 직업별

가구주의 직업별로 소비자교육 내용 각 영역에 대한 문항별 요구도를 살펴보면 <표 7>과 같다. 가구주 직업별로 소비자교육에 대한 적극적 요구가 있다고 판단되는 요구도 수치 3.0 이상인 경우를 살펴보면(검은 그림자 영역) ‘각종 세금을 줄일 수 있는 방법’, ‘주택

구입시 고려해야 할 사항’, ‘소비자피해보상 절차와 방법’이 분류된 모든 가구주 직업 집단에서 3.0이 넘는 높은 교육요구도를 보였고, ‘보험의 종류 및 각 보험의 장단점’과 ‘국민연금과 개인연금’부분은 가구주가 무직 집단에 한해 높은 교육요구도를 나타내었다. 또한 ‘경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전계획 방법’은 무직과 기술생산직을 제외한 모든 집단에서 높은 요구도를 보였다.

가구주직업에 따른 교육요구도를 비교해 보면, ‘가계재무관리’ 영역에서 4개 세부항목에 대한 교육요구도가 집단간 차이를 보였다. ‘경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전 계획 방법’과 ‘가계예산 세우는 방법’, ‘보험의 종류 및 각 보험의 장단점’, ‘주식 투자 방법과 유의사항’에 대해 가구주 직업간 소비자교육 요구도에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 가구주가 무직인 경우 타가구들에 비해 ‘보험의 종류 및 각 보험의 장단점’에 대한 교육요구도가 높은 것으로 나타났다. ‘구매의사결정’영역은 ‘소비에 영향을 미치는 개인적 요인’에서 가구주직업에 교육요구도에 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 사후검증결과에서는 가구주 직업에 따른 교육요구도의 차이가 없었다. ‘소비자주의’영역의 경우 전 세부 문항에 대해 가구주 직업이 달라짐에 따른 교육요구도에 유의미한 차이를 보이지 않았다.

(4) 가계소득계층별

가계소득계층별로 소비자교육 내용 각 영역에 대한 문항별 요구도를 살펴보면 <표 8>와 같다. 가계소득계층별 소비자교육에 대한 적극적 요구가 있다고 판단되는 요구도 수치 3.0 이상인 경우를 살펴보면(검은 그림자 영역) 전 소득집단에서 ‘각종 세금을 줄일 수 있는 방법’과 ‘소비자피해보상절차와 방법’에 높은 관심을 보였고, 월소득이 100만 원 미만

(표 7) 가구주 직업별 소비자교육 내용 요구도

내용 영역 대분류	세부 문항	가구주 직업						F-값
		무직	기술 생산직	자영/제조/ 서비스직	사무직	전문 관리직		
구매 의사 결정	문제인식	소비에 영향을 미치는 개인적 요인	2.30 ^a	2.35 ^a	2.55 ^a	2.42 ^a	2.30 ^a	2.60*
		소비환경변화와 소비생활	2.45	2.39	2.51	2.44	2.45	0.54
	소비자 정보탐색	구매시 가격과 관련된 정보탐색 방법	2.45	2.61	2.73	2.70	2.63	1.16
		구매시 품질과 관련된 정보탐색 방법	2.80	2.60	2.69	2.72	2.67	0.61
	구매절차	물건구매 시기	2.70	2.51	2.67	2.74	2.75	2.25
		구매시 상점선택 요령	2.50	2.46	2.72	2.52	2.60	2.32
		품질보증마크와 상표선택 요령	2.35	2.34	2.58	2.47	2.39	2.33
	구매결과에 대한 평가	구매 후 불만족시 계약해지 방법	2.95	3.03	3.13	3.17	3.13	1.07
		제품의 사용·관리방법	2.70	2.59	2.74	2.77	2.60	1.82
	소 계		2.58	2.54	2.70	2.66	2.61	2.33
가계 재무 관리	가계재무 관리기초	경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전계획 방법	2.85 ^a	2.86 ^a	3.08 ^a	3.11 ^a	3.01 ^a	2.65*
	효율적 소비	가계의 소득에 맞추어 예산을 세우는 방법	2.60 ^b	2.82 ^{ab}	2.95 ^a	2.99 ^a	2.80 ^{ab}	2.74*
		신용대출을 받을 수 있는 방법과 유의사항	2.70	2.64	2.69	2.66	2.53	0.98
		신용카드로 구입할 때 유의사항	2.60	2.75	2.81	2.78	2.65	1.27
		세금의 납부기한일과 연말정산 방법	2.95	2.92	2.97	2.90	2.83	0.84
		각종 세금을 줄일 수 있는 방법	3.15	3.12	3.20	3.17	3.18	0.25
	재정적 안정	보험의 종류 및 각 보험의 장단점	3.05 ^a	2.65 ^b	2.83 ^{ab}	2.70 ^b	2.65 ^b	2.41*
		금융기관과 금융상품의 특성 비교	2.80	2.73	2.78	2.78	2.80	0.18
	자산의 증대	주식투자 방법과 유의사항	2.35 ^a	2.25 ^a	2.56 ^a	2.56 ^a	2.51 ^a	2.48*
		주택구입시 고려해야 할 사항	3.05	3.18	3.23	3.16	3.13	0.51
노후 자산관리	국민연금과 개인연금	3.20	2.89	2.93	2.90	2.88	0.97	
	상속세와 증여세 절세 요령	2.90	2.19	2.95	2.82	2.92	0.56	
소 계		2.85	2.81	2.92	2.88	2.82	1.44	
소비자 주의	소비자 권리와 책임	소비자의 권리와 의무	3.05	2.80	2.90	3.00	2.87	1.81
		환경을 살리는 녹색소비생활	2.85	2.75	2.79	2.74	2.79	0.24
	소비자관련법	각종 소비자관련 법규	2.35	2.55	2.63	2.69	2.69	1.77
	소비자 피해구제	소비자피해보상 절차와 방법	3.00	3.04	3.03	3.09	3.12	0.58
	소비자보호 행정 및 활동	소비자보호 행정기관과 소비자단체 활동	2.60	2.55	2.63	2.72	2.66	0.96
		시민사회와 소비자운동	2.60	2.44	2.53	2.51	2.51	0.40
	소 계		2.74	2.69	2.75	2.79	2.77	1.01
	총 계		2.74	2.69	2.81	2.79	2.74	1.86

* p≤05, *** p≤.01에서 통계적으로 유의

■ 은 교육요구도가 3.0이 넘는 항목을 나타냄.

〈표 8〉 가계소득계층별 소비자교육 내용 요구도

내용 영역	대분류	세부 문항	가계 소득					
			-100만	-200만	-300만	-400만	400만-	F-값
구매 의사 결정	문제인식	소비에 영향을 미치는 개인적 요인	2.53	2.41	2.38	2.34	2.43	0.55
		소비환경변화와 소비생활	2.63	2.42	2.43	2.44	2.47	0.64
	소비자정보탐색	구매시 가격과 관련된 정보탐색 방법	2.56	2.69	2.65	2.63	2.71	0.45
		구매시 품질과 관련된 정보탐색 방법	2.56	2.82	2.62	2.66	2.71	1.54
	구매절차	물건구매 시기	2.53	2.63	2.67	2.78	2.65	1.17
		구매시 상점선택 요령	2.50	2.65	2.54	2.60	2.58	0.47
		품질보증마크와 상표선택 요령	2.59	2.46	2.39	2.43	2.47	0.64
	구매결과에 대한 평가	구매 후 불만족시 제약해지 방법	2.91 ^b	3.12 ^{ab}	3.03 ^{ab}	3.23 ^a	3.15 ^a	2.49*
		제품의 사용·관리 방법	2.66	2.69	2.67	2.63	2.71	0.25
	소 계		2.61	2.66	2.60	2.64	2.65	0.41
가계 재무 관리	가계재무 관리기초	경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전계획 방법	2.75	3.01	3.03	3.02	3.07	1.33
	효율적 소비	가계의 소득에 맞추어 예산을 세우는 방법	2.72	2.95	2.84	2.99	2.79	2.25
		신용대출을 받을 수 있는 방법과 유의사항	2.75 ^{ab}	2.83 ^a	2.64 ^{ab}	2.58 ^{ab}	2.49 ^b	2.85*
		신용카드로 구입할 때 유의사항	2.41 ^b	2.81 ^a	2.76 ^a	2.85 ^a	2.60 ^{ab}	3.71**
		세금의 납부기한일과 연말정산 방법	2.78	2.98	2.88	2.94	2.86	0.82
		각종 세금을 줄일 수 있는 방법	3.13	3.06	3.14	3.22	3.25	1.35
	재정적 안정	보험의 종류 및 각 보험의 장단점	2.91	2.76	2.72	2.72	2.63	0.98
		금융기관과 금융상품의 특성비교	2.88	2.71	2.72	2.83	28.2	0.91
	자산의 증대	주식투자 방법과 유의사항	2.47	2.40	2.42	2.41	2.69	2.31
		주택구입시 고려해야 할 사항	2.84 ^b	3.31 ^a	3.13 ^a	3.21 ^a	3.15 ^a	2.70*
	노후자산관리	국민연금과 개인연금	3.09	2.92	2.90	2.97	2.79	1.69
		상속세와 증여세 절세 요령	2.84	2.94	2.80	2.91	3.03	1.91
소 계		2.80	2.89	2.83	2.89	2.85	0.67	
소비자 주의	소비자권리와 책임	소비자의 권리와 의무	2.94	2.82	2.89	2.96	2.88	0.71
		환경을 살리는 녹색소비생활	2.78	2.77	2.70	2.82	2.83	1.17
	소비자관련법	각종 소비자관련 법규	2.59	2.65	2.58	2.66	2.71	0.75
	소비자피해구제	소비자피해보상 절차와 방법	3.16	3.07	3.01	3.11	3.10	0.82
	소비자보호행정 및 활동	소비자보호 행정기관과 소비자단체 활동	2.66	2.69	2.52	2.73	2.68	2.29
		시민사회와 소비자운동	2.69	2.49	2.40	2.56	2.55	2.12
	소 계		2.80	2.75	2.68	2.81	2.79	2.23
총 계		2.73	2.78	2.72	2.79	2.77	0.85	

* p≤0.05, *** p≤0.01에서 통계적으로 유의

■ 은 교육요구도가 3.0이 넘는 항목을 나타냄.

인 집단을 제외한 나머지 집단에서 모두 '구매 후 불만족시 계약해지 방법', '경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전계획 방법'과 '주택 구입시 고려해야 할 사항'에 대해 높은 교육 요구도를 보이는 등 거의 유사하게 나타났다. 한편 월소득 100만 원 미만 집단의 경우 '국민연금과 개인연금'에 관한 정보에 높은 교육 요구를 보였고, 월소득 400만 원 이상의 집단의 경우 '상속세와 증여세 절세 요령'에 대한 교육 요구도가 3.0이 넘는 유일한 집단이었다. 가계소득계층에 따른 소비자교육 요구도를 비교해보면, '구매의사결정'영역에서는 '구매 후 불만족시 계약해지 방법'에 대해 유의미한 차이가 있는 것으로 분석되었는데, 가계소득이 300만원에서 400만원인 중상층에서 상대적으로 높은 교육요구도를 나타내었다. '가계재무관리' 영역의 경우 여러 문항에서 가계소득계층의 차이에 따른 소비자교육 요구의 격차가 나타났는데, '신용대출을 받을 수 있는 방법과 유의사항', '신용카드로 구입할 때 사용 시 유의사항', '주택구입시 고려해야 할 사항' 등이 해당된다. '신용대출을 받을 수 있는 방법과 유의사항' 및 '주택구입시 고려해야 할 사항' 등에서는 가계소득 200만 원대 이하인 저소득 가계들의 교육요구도가 높았고, '신용카드로 구입할 때 사용시 유의사항'에 관해서는 가계 소득 300만 원대인 가계 주부들의 교육요구도가 높았다. '소비자주의' 영역의 경우 전 세부문항에 대해 가계소득계층에 따른 교육요구도에 유의미한 차이를 보이지 않았다.

2. 소비자교육 프로그램 운영 방법에 대한 요구도

1) 소비자교육 프로그램 운영 방법에 대한 요구도

<표 9>는 소비자교육을 받기 원하는 주부

만을 대상으로 하여 소비자교육 프로그램의 운영 방법에 대한 요구도를 분석한 것이다. 소비자교육을 받고 싶은 교육장소에 대해 복수응답으로 알아본 결과 '여성회관, 구민회관, 종합사회복지관' 등의 시설에서 교육을 받고 싶다는 응답이 43.6%로 가장 높게 나타났다.

<표 9> 소비자교육 운영방법 요구도: 소비자교육 참여의향이 있는 경우

(N=617)			
변 수	응 답 내 용	빈도 (백분율)	
교육장소 (복수응답)	여성회관, 구민회관, 종합사회복지관 등	269(43.6)	
	대학부설 사회교육원 등	171(27.7)	
	소비자단체 등의 소비자전문기관	168(27.2)	
	언론사, 백화점 등의 문화센터	134(21.7)	
	교회, 성당, 절 및 종교단체 등	85(13.8)	
	초·중·고교에서 실시하는 어머니교실	52(8.4)	
	기타	5(0.8)	
	교육빈도 (1주일)	1번	479(77.6)
		2번	114(18.5)
		3-4번	16(2.6)
무응답		8(1.3)	
교육기간	1개월 미만	245(39.7)	
	1개월~3개월	271(43.9)	
	3개월~6개월	57(9.2)	
	6개월~1년	25(4.1)	
	1년 이상	14(2.3)	
	무응답	5(0.8)	
교육방법	강의와 토론을 병행하는 방법	260(42.1)	
	강의에 의한 방법	178(28.8)	
	영화나 비디오 등의 시청각 활용 방법	170(27.6)	
	기타&무응답	9(1.5)	

이는 소비자교육의 수요자들이 접근성이 편리한 주변 지역에서 교육을 받고 싶어 함을 의미한다. ‘대학부설 사회교육원 등’의 시설에서 교육받고 싶다는 응답이 27.7%, ‘소비자 단체 등의 소비자 전문 기관’에서 교육을 받고 싶다는 응답은 27.2%로 뒤를 이었다.

교육빈도는 ‘일주일에 1번’ 교육을 받고 싶다는 응답이 77.6%로 압도적으로 높았다. 교육기간은 ‘1개월~3개월’이 43.9%, ‘1개월 미만’은 39.7%로 나타나 단기교육을 선호하는 것으로 나타났다. 주부가 원하는 소비자교육 방법으로는 ‘강의와 토론을 병행’하는 방법이 42.1%로 가장 빈도가 높았고, ‘강의’에 의한

방법이 28.8%, ‘시청각 활용’ 방법이 27.6%였다.

2) 소비자 특성에 따른 소비자교육 운영 방법에 대한 요구도

<표 10>은 주부의 연령에 따라 소비자교육 프로그램 운영 방법에 대한 요구도를 분석한 결과이다. 30대 이상의 연령층에서는 소비자교육을 받고 싶은 장소로 ‘여성회관, 구민회관, 종합사회복지관 등’의 장소를 가장 많이 선택하였고, 20대는 ‘대학부설 사회교육원’에 가장 높은 선호도를 보였다. 2~30대 연령의 주부들은 ‘소비자단체 등의 소비자전문기관’에서 교육받길 원하는 비율 또한 높은 것으로

<표 10> 주부의 연령별 주요 교육운영방법 요구도

변수	응답내용	20대	30대	40대	50대이상	chi-square
교육장소 (복수응답)	여성회관, 구민회관, 종합사회 복지관등	42.3	37.1	48.9	42.2	6.049
	대학부설 사회교육원등	44.9	28.0	25.2	20.6	14.887**
	소비자단체등의 소비자전문기관	35.9	34.9	19.5	27.5	16.069**
	언론사, 백화점 등의 문화센터	34.6	26.3	17.9	13.7	15.813**
	교회, 성당, 절 및 종교단체등	7.7	9.7	12.2	29.4	26.392**
	초,중,고등학교에서 실시하는 어머니교실	3.9	12.0	8.0	6.9	5.397
	기타	0.0	1.1	1.2	0.0	2.076
교육빈도 (일주일기준)	1번	74.4	78.3	79.0	75.5	16.620
	2번	19.2	19.4	17.2	19.6	
	3-4번	5.1	2.3	2.3	0.0	
	무응답	1.3	0.0	1.5	2.9	
교육기간	1개월 미만	44.9	35.4	38.9	45.1	28.700*
	1개월 - 3개월	37.2	48.6	44.7	39.2	
	3개월 - 6개월	15.4	8.0	10.7	2.9	
	6개월 - 1년	2.6	4.6	3.8	4.9	
	1년이상	0.0	3.4	1.2	4.9	
	무응답	0.0	0.0	0.8	2.9	
교육방법	강의와 토론을 병행하는 방법	47.4	50.9	40.1	28.4	37.609**
	강의에 의한 방법	15.4	18.9	36.6	36.3	
	영화나 비디오 등의 시청각 활용방법	37.2	29.1	21.4	33.3	
	기타&무응답	0.0	1.1	2.0	2.0	

* p≤05, ** p≤.01에서 통계적으로 유의

나타났다. 20대와 50대의 주부들은 '1개월미만'의 단기교육을 선호하였고, 3,40대 주부의 경우 '1-3개월'의 교육기간을 가장 선호하였다. 연령계층에 따라 교육방법에 대한 요구도가 차이를 보였는데, 50대이상의 경우 '토론' 보다는 '강의'에 의한 교육을 선호하는 것으로 나타났고, 2,30대에는 50%가량이 '강의와 토론을 병행하는 방법'을 가장 원하는 것으로 분석되었다. 교육빈도는 연령층과 상관없이 70% 이상이 '일주일에 1번' 정도의 교육을 가장 원하고 있으나, 연령층에 따른 교육빈도는 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

<표 11>는 주부의 학력에 따른 소비자교육 프로그램 운영방법에 대한 요구도를 분석한 결과이다. 학력에 따라 교육장소별 선호도가 차이가 있었다. 4년제 대졸이상집단은 '대학부설 사회교육원'의 요구도가 가장 높았으며, 중졸이하와 고졸의 경우 '여성회관, 구민회관 등'의 장소를 선호하였다. 소비자교육 방법은 전문대졸, 4년제 대졸이상에서 '강의와 토론을 병행'하는 교육 방법을 선호하는 비율이 각기 50.0%, 48.4%에 달했고, 반면 중졸 이하와 고졸 집단에서는 각기 36.4%와 37.3%가 '강의에 의한 방법'을 선호했다. 주부학력에

〈표 11〉 주부의 학력별 주요 교육운영방법 요구도

변 수	응답내용	중졸이하	고졸	전문대졸	4년제 대졸이상	chi-square
교육장소 (복수응답)	여성회관, 구민회관,종합사회 복지관등	58.4	50.0	42.9	28.6	27.967**
	대학부설 사회교육원등	9.1	20.0	27.6	46.7	53.813**
	소비자단체등의 소비자전문기관	15.6	24.2	33.7	33.0	11.527**
	언론사, 백화점 등의 문화센터	7.8	19.6	26.5	28.0	15.049**
	교회, 성당, 절 및 종교단체등	32.5	13.5	9.2	8.8	28.216**
	초,중,고등학교에서 실시하는 어머니교실	6.5	8.5	9.2	8.8	0.477
	기타	1.3	0.8	1.0	0.6	0.442
교육빈도 (일주일기준)	1번	76.6	76.2	78.6	79.7	17.465
	2번	18.2	19.6	18.4	17.0	
	3-4번	3.9	1.5	3.1	3.4	
	무응답	1.3	2.7	0.0	0.0	
교육기간	1개월 미만	46.8	38.9	38.8	38.5	24.204
	1개월 - 3개월	39.0	41.9	46.9	47.3	
	3개월 - 6개월	2.6	11.5	8.2	9.3	
	6개월 - 1년	3.9	4.2	6.1	2.8	
	1년이상	3.9	2.7	0.0	2.2	
	무응답	3.9	0.8	0.0	0.0	
교육방법	강의와 토론을 병행하는 방법	29.9	38.5	50.0	48.4	36.170**
	강의에 의한 방법	36.4	37.3	18.4	19.2	
	영화나 비디오등의 시청각 활용방법	32.5	22.3	28.6	32.4	
	기타&무응답	1.3	1.9	3.0	0.0	

* p<05, ** p<.01에서 통계적으로 유의

따라 교육빈도와 교육기간에 대한 요구도의 차이는 통계적으로 유의미하지 않았다.

<표 12>은 가구주 직업에 따른 소비자교육 프로그램 운용방법에 대한 요구도를 분석한 결과이다. 선호하는 교육장소로는 가구주의 직업유형과 무관하게 ‘여성회관, 구민회관, 종합사회복지관 등’ 이 가장 높은 수치를 보였다. ‘대학부설 사회교육원’을 교육장소로 선호하는 비율은 가구주 직업에 따라 유의미한 차이를 보였는데, 가구주가 전문적인 경우의

35.1%로 가장 높은 선호도를 보였다. 가구주가 사무직인 경우 ‘언론사, 백화점 등의 문화센터’에 대한 선호도가 29.9%였고, 반면 기술·생산직인 경우 11.9%였다. ‘언론사, 백화점 등의 문화센터’에 대한 선호는 가구주 직업에 따라 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 가구주가 무직인 경우 ‘강의에 대한 교육방법’ 선호가 40.0%, ‘영화나 비디오 등의 시청각 활용방법’이 45.0%가 반면, 전문·관리직은 ‘강의와 토론을 병행하는 방법’이 거의

(표 12) 가구주의 직업유형별 주요 교육운영방법 요구도

변 수	응답내용	무직	기술· 생산직	자영· 제조· 서비스 직	사무직	전문· 관리직	chi-square
교육장소 (복수응답)	여성회관, 구민회관, 종합사회 복지관등	35.0	53.4	38.2	43.8	42.4	7.023
	대학부설 사회교육원등	25.0	13.6	27.1	30.6	35.1	17.654**
	소비자단체등의 소비자전문기관	25.0	26.3	26.4	25.0	30.4	1.466
	언론사, 백화점 등의 문화센터	15.0	11.9	19.4	29.9	24.1	13.953**
	교회, 성당, 절 및 종교단체등	15.0	19.5	12.5	10.4	13.6	4.840
	초,중,고등학교에서 실시하는 어머니교실 기타	5.0 0.0	8.5 1.7	6.3 0.7	9.7 0.7	9.4 0.5	1.748 1.556
교육빈도 (일주일기준)	1번	70.0	80.5	75.7	79.2	77.0	54.043**
	2번	15.0	14.4	18.8	20.8	19.4	
	3-4번	15.0	3.5	2.8	0.0	3.1	
	무응답	0.0	2.5	2.8	0.0	0.5	
교육기간	1개월 미만	55.0	42.4	36.1	34.0	43.5	27.351
	1개월 - 3개월	25.0	42.4	42.4	50.7	42.9	
	3개월 - 6개월	0.0	8.5	12.5	9.0	8.4	
	6개월 - 1년	5.0	4.2	4.2	4.2	3.7	
	1년이상	10.0	0.9	3.5	2.1	1.6	
	무응답	5.0	1.7	1.4	0.0	0.0	
교육방법	강의와 토론을 병행하는 방법	15.0	37.3	43.8	41.0	47.6	24.520
	강의에 의한 방법	40.0	28.8	34.0	29.9	23.0	
	영화나 비디오등의 시청각 활용방법	45.0	31.4	19.4	28.5	28.8	
	기타&무응답	0.0	2.6	2.8	0.7	0.5	

* p<05, ** p<.01에서 통계적으로 유의

절반에 이르는 47.6%의 요구도를 보였다. 교육기간의 경우 사무직인 경우 '1개월-3개월' 까지를 선호하는 비율이 50.7%로 가장 높았던 반면, 무직인 경우는 55.0%가 '1개월미만'을 원하는 것으로 나타났다.

<표 13>는 가계소득에 따른 소비자교육프로그램 운영방법에 대한 요구도를 분석한 결과이다. 소비자교육을 받고 싶은 장소로는 월평균소득 500만원이상의 고소득층에서는 43.9%가 '대학부설 사회교육원'시설을, 34.9%가 '언

론사, 백화점 등의 문화센터'를 선호하는 것으로 분석되었고, 그 밖의 집단에서는 '여성회관, 구민회관, 종합사회복지관 등'에서의 소비자교육운영을 선호하는 비율이 가장 높은 수치를 보였다. '소비자단체 등의 소비자전문기관'은 전 소득계층에서 2~30%의 고른 요구도를 보였다. 가계소득에 따른 교육빈도, 교육기간, 교육방법에 대한 요구도의 차이는 통계적으로 유의미하지 않았다.

<표 13> 가계소득별 주요 교육 운영방법 요구도

변 수	응답내용	-100 만원	-200 만원	-300 만원	-400 만원	-500 만원	500 만원	chi-square
교육장소 (복수응답)	여성회관, 구민회관, 종합사회 복지관 등	50.0	46.3	49.0	40.5	40.0	31.8	7.834
	대학부설 사회교육원 등	9.4	16.8	21.9	36.1	32.9	43.9	29.352**
	소비자단체 등의 소비자전문기관	28.1	25.3	23.5	29.8	28.6	33.3	3.407
	언론사, 백화점 등의 문화센터	9.4	16.8	19.9	21.5	27.1	34.9	12.486*
	교회, 성당, 절 및 종교단체 등	15.6	20.0	14.8	10.8	14.3	7.6	6.724
	초, 중, 고등학교에서 실시하는 어머니교실	9.4	9.5	7.1	8.2	11.4	7.6	1.478
	기타	0.0	0.0	1.0	1.3	1.4	0.0	2.425
교육빈도 (일주일기준)	1번	75.0	76.8	77.6	75.3	81.4	81.8	24.891
	2번	15.6	19.0	19.9	20.9	11.4	16.7	
	3-4번	3.1	2.1	2.6	1.9	5.8	1.5	
	무응답	6.3	2.1	0.0	1.9	1.4	0.0	
교육기간	1개월 미만	53.1	35.8	38.3	39.2	42.9	40.9	24.807
	1개월 - 3개월	31.3	46.3	44.9	45.6	41.4	42.4	
	3개월 - 6개월	3.1	10.5	9.2	11.4	8.6	6.1	
	6개월 - 1년	3.1	3.2	5.6	1.3	2.9	9.1	
	1년이상	6.3	2.1	2.0	1.9	2.9	1.5	
	무응답	3.1	2.1	0.0	0.6	1.4	0.0	
교육방법	강의와 토론을 병행하는 방법	40.6	33.7	45.4	39.2	42.9	51.5	21.617
	강의에 의한 방법	25.0	26.3	31.6	29.1	32.9	21.2	
	영화나 비디오 등의 시청각 활용방법	31.3	37.9	21.9	31.0	22.9	24.2	
	기타&무응답	3.1	2.1	1.0	0.6	1.4	3.0	

* p≤05, ** p≤.01에서 통계적으로 유의

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 사회교육으로서의 소비자교육 프로그램을 개발하기 위한 두 번째 단계로 소비자교육 프로그램 내용 및 운영 방법에 대한 요구도 조사를 실시하였으며, 연구결과를 토대로 다음과 같은 결론을 내릴 수 있었다.

첫째, 소비자교육 내용별로 교육 요구도를 분석한 결과 소비자 특성 변수와 상관없이 ‘구매 후 불만족시 계약해지 방법’, ‘소비자 피해 보상 절차와 방법’, ‘주택구입시 고려해야 할 사항’, ‘각종 세금을 줄일 수 있는 방법’에 대한 요구도가 높았다. 즉 이들 교육주제는 모든 소비자에게 높은 교육요구가 있음을 의미하며, 소비자교육프로그램을 개발할 때 우선시 되어야 하는 영역으로 평가되었다. ‘구매 후 불만족시 계약해지 방법’과 ‘소비자 피해보상절차와 방법’은 모두 구매 후 나타난 불만족상황과 관련된 내용으로, 관련정보에 대한 소비자들의 교육요구가 높음을 알 수 있었다. 구매 후 불만사항에 대한 대처방법은 그동안 소비자단체에서 지속적으로 교육해 온 부분이다. 반면 ‘주택구입시 고려해야 할 사항’, ‘각종 세금을 줄일 수 있는 방법’은 ‘가계재무관리’영역으로 그간 사회소비자교육에서 자주 다루지 않았던 부분이다. 본 연구결과 ‘가계재무관리’영역에 대한 소비자교육요구도가 상대적으로 높게 나타남으로써 이 영역에 대한 보다 적극적인 교육공급이 필요함을 알 수 있었다.

둘째, 소비자교육 운영 방법에 대한 요구에 대해, 전체적으로 주부들은 ‘여성회관, 구민회관, 종합사회복지관’ 등 접근성이 편리한 주변 지역에서 교육 받고 싶어 하는 것으로 나타났다. 응답자의 대부분이 1주일에 1번 교육받기를 원했고, 1~3개월, 1개월 미만 순으로 단기 교육을 선호하는 것으로 나타났다. 이러

한 점은 사회교육으로서 주부를 대상으로 소비자교육을 실시할 때 교육전문가를 소비자가 가까이 찾아가도록 하는 형태로 운영하는 것이 바람직함을 시사하며, 교육 방법은 일회성 교육과 같은 단기 소비자교육을 통해 교육의 필요성을 인식시켜주고, 점차적으로 각 소비자 특성에 맞는 장기적인 소비자교육을 실시하는 것이 바람직할 것 같다. 교육방법은 강의와 토론을 병행하는 것을 선호하였다.

다음은 연구결과를 통해 나타난 특정 집단에 대한 소비자교육 프로그램과 관련된 제언들이다. 각 특정 집단은 집단이 가진 특성으로 인해 교육요구도 및 선호하는 교육 운영 방법에 차이가 있는 것으로 나타남에 따라 각 집단에 적합한 프로그램 내용 및 운영방법을 고려할 필요가 있는 것으로 판단되었다.

첫째, 주부 연령별 교육요구도 분석 결과, 2, 30대는 가족 형성기 단계이니만큼 ‘가계재무관리’ 영역에 대한 요구도가 높게 나타났고, 특히 ‘가계의 소득에 맞추어 예산을 세우는 방법’과 ‘주택구입시 고려해야 할 사항’ 등에 높은 교육요구도를 보였다. 이들은 ‘대학부설 사회교육원’이나, ‘여성회관, 구민회관 등’에서 1개월 미만의 단기 소비자교육 강좌를 선호하고 있었다. 50대이상의 고령집단의 경우 ‘상속세와 증여세 절세 요령’에 대한 교육요구가 타연령집단에 비해 상대적으로 높다. 이들은 ‘여성회관, 구민회관’ 등 접근성이 편리한 장소 외에, ‘종교단체’도 선호하는 것으로 나타나, 교육확대를 꾀할 때 이에 대한 고려도 필요하다. 이들은 타 연령층과 달리 ‘강의’에 의한 교육방법을 선호하는 것으로 나타났으므로 교육프로그램 개발 시 이를 고려하여야 할 것이다.

둘째, 저학력 집단이 관심을 보이는 주제는 고학력 집단과 크게 차이가 없으나 ‘금융기관과 금융상품의 특성비교’나 ‘주식투자 방법과

유의사항'과 같은 자산관리영역과 '소비자피해보상'이나 '소비자관련법규' 등에서 교육요구도가 떨어지는 것으로 나타났다. 이들 항목을 고려해 볼 때 낮은 학력의 주부가 해당부분에 관한 교육적 관심이나 필요성이 적다기 보다는 해당정보의 중요성을 적게 인지하고 있을 가능성이 있다. 이들 집단을 대상으로 한 교육프로그램을 구상할 때 소비자의 요구도 외에 전문가가 인지하는 교육적 필요부분을 함께 고려할 필요가 있음을 시사하는 부분이다. 학력이 낮은 집단은 교육 장소로 '여성회관, 구민회관'과 같은 지역 친화적 장소를 선호하는 것으로 나타났고, 반면 고학력자는 '대학부설 사회교육원' 등을 선호하는 것으로 나타남으로써 프로그램을 개발할 때 교육의 주요대상에 따른 교육장소를 고려해야 할 것이다. 교육수준이 높은 집단은 '토론을 병행'하는 것을 선호하는 것으로 나타나 교육 방법 선택시 유의하여야 할 것으로 보인다.

셋째, 남편의 직업 유형에 따라 대상 주부를 교육할 때 고려하여야 할 사항이 있다. 실직자 또는 은퇴자를 포함하는 무직의 경우 '국민연금과 개인연금', '보험'관련 정보를 포함할 필요가 있다. 가구주가 무직인 경우는 '경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전계획 방법'과 '가계의 소득에 맞추어 예산을 세우는 방법'에서 타집단에 비해 적은 교육요구도를 보였는데 은퇴자의 재무설계교육의 필요성을 고려할 때 이 부분에 대한 교육요구의 인식전환과 교육이 필요한 것으로 사료된다. 반면 사무직과 같이 소득이 일정한 경우 '경제적 안정을 위한 장기적인 가족의 금전 계획 방법'이나 '가계의 소득을 맞추어 예산을 세우는 방법'과 같은 재무계획에 관한 정보 수요가 높아 이를 고려할 필요가 있다.

넷째, 소득계층은 소비자교육요구도에 대부분 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타

나, 저소득계층을 대상으로 한 소비자교육의 가능성을 보여주었다. 저소득대상의 프로그램 개발은 '가계재무관리'영역관련 교육내용의 선정 시 유의하여야 할 필요성이 보였다. 저소득층은 '국민연금과 개인연금'에 높은 관심을 보였고, '각종 세금을 줄일 수 있는 방법'과 '소비자피해보상 절차와 방법'에 관해서는 다른 소득계층과 마찬가지로 높은 관심을 보였다.

소비자교육내용 및 운용방법에 대한 요구도 조사를 토대로 다음 단계에서는 실제 소비자교육프로그램을 개발할 예정이다. 본 연구내용을 토대로 프로그램개발을 위한 몇 가지 시사점을 얻을 수 있었다. 첫째 사회교육으로서의 소비자교육프로그램은 소비자의 교육요구도를 기준으로 작성함으로써 보다 적극적인 교육수요를 창출할 수 있다. 하지만 때로는 소비자가 문제인식 부재에 따른 교육의 필요성을 느끼지 못하는 경우도 발생하기 때문에 교육수요자의 욕구와 교육공급자의 교육관이 적절히 조절된 상태에서 프로그램이 개발되어야 원래의 사회교육의 의미를 충족시킬 수 있을 것이다. 본 연구결과를 살펴볼 때 소비자는 '구매 후 불만족시 계약해지 방법'과 같은 단기적 소비자문제를 해결하기 위한 교육에 높은 요구도를 보이는 특성을 보인다. 따라서 소비자교육프로그램을 개발할 때는 이러한 점을 고려해야 한다.

둘째, 본 연구결과를 고려해 볼 때 소비자교육프로그램은 소비자의 특성에 따라 차별화되어야 효율적 교육이 될 수 있다. 소비자교육프로그램을 세분화하여 개발하거나 또는 일반적인 소비자교육프로그램을 개발하고, 이를 교육수요자의 특성에 따라 탄력적으로 운영하는 것이 필요하다. 한국소비자보호원이나 소비자단체에서 문제은행 식의 포괄적 소비자교육프로그램을 개발하고, 프로그램을 공유할

수 있도록 함으로써 사회교육으로서의 소비자교육의 공급을 원활히 할 수 있을 것으로 생각된다.

셋째, 시청각교재나 토론식 교육은 자칫 교육수요자에게 부담을 안겨줄 가능성이 있다. 본 연구결과에서 보여주듯 저학력자나 또는 고연령층의 경우 강의식 교육을 선호하는 것으로 나타났다. 교육프로그램을 운용할 때 이에 대한 고려가 필요하다. 넷째, 현재 소비자단체를 중심으로 운용되고 있는 주부대상 소비자교육프로그램은 앞으로 여성회관이나 구민회관, 종합사회복지관, 또는 건강가정지원센터 등과 같이 지역밀착형 장소에서 단기성 교육으로 행해짐으로써 보다 효율적 성과를 기대된다.

- 접수일 : 2006년 10월 10일
- 심사일 : 2006년 10월 13일
- 심사완료일 : 2006년 11월 01일

【참 고 문 헌】

- 1) 권정원, 이기춘(1997). 노인소비자교육 요구분석: 노인교육기관을 중심으로. 서울대생활과학연구 22. 1-18.
- 2) 박노열(1993). 사회교육방법론. 형설출판사.
- 3) 박재선(1985). 소비자교육프로그램의 체계화에 관한연구: 교육내용을 중심으로. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 4) 박재선, 문숙재(1985). 소비자 교육프로그램의 체계화에 관한 연구-교육내용을 중심으로-. 한국가정관리학회지 3(1), 51-67.
- 5) 배운정(1999). 정보사회의 소비자교육내용 체계화에 관한 연구. 성균관대학교 석사학위논문.
- 6) 배운정, 김기옥(2000). 정보사회의 소비자교육내용 체계화를 위한연구. 소비자학연구 11(4), 63-83.
- 7) 백병성(1994). 사회 소비자 교육의 참여식 교육 방안 모색: 대학생 소비자교육을 중심으로. 소비자문제연구 14, 105-117.
- 8) 서인주, 두경자(2003). 신용카드 사용에 관한 소비자교육프로그램 개발 및 평가. 대한가정학회지 41(12), 117-132.
- 9) 서정희(1998). 어머니와 교사의 학력전 아동소비자교육 요구분석: 울산시를 중심으로. 대한가정학회지 36(1), 81-98.
- 10) 성영애, 이기춘(1988). 소비자교육 내용을 중심으로 한 소비자교육에 대한 요구 분석: 주부소비자를 대상으로. 서울대생활과학연구 13. 11-23.
- 11) 양세정(2005). 사회교육으로서의 소비자교육프로그램 개발 I: 소비자교육프로그램 운영현황과 상담사례 분석 및 시사점. 한국가족자원경영학회지 9(3), 113-134.
- 12) 이기춘(1999). 소비자교육의 이론과 실제. 교문사.
- 13) 이득연, 송순영(1992). 소비자교육의 교육내용 모형개발 연구: 사회교육을 중심으로. 한국소비자보호원 연구보고서 92-06.
- 14) 이은희, 이기춘(1991). 소비자 정보요구와 관련 요인 연구. 대한가정학회지 29(1), 159-176.
- 15) 이해임, 이승신(1996). 노인소비자의 구매문제와 소비자정보 및 교육 요구. 소비자학연구 7(2), 159-192.
- 16) 정용선, 김병숙, 서정희, 제미경, 김민정(1998). 소비자교육론. 도서출판 하우.
- 17) 한국교육개발원(1999). 평생교육요구분석. 연구보고 99-22.
- 18) 홍성희(2000). 중노년기 여가프로그램

- 개발을 위한 기초연구 - 공공시설의 여가프로그램을 중심으로. 대한가정학회지 38(5), 121-136.
- 19) 홍연금, 송인숙(1999). 민간소비자단체의 소비자교육 현황과 발전방안. 대한가정학회지 37(12), 43-57.
- 20) 홍향숙, 이기춘(1997). 기혼여성의 재무관리 교육에 대한 요구분석. 한국가정관리학회지 15(1), 53-69.
- 21) Bannister, R. & Monsma, C.(1980). **Classification of Concepts in Consumer Education. Consumer Education Development Program.** Michigan Consumer Education Center. Easter Michigan University.