

어머니에 의한 소비자교육이 중학생의 휴대폰 소비행동에 미치는 영향

김영주*·최정혜**·장상옥**

충무중학교*·경상대학교 가정교육과, 경상대학교 교육연구원 책임연구원**

A Study on the Consumption Behavior of Cellular Phone of Middle School Students and Consumer Education by Mothers

Kim, Young-Joo*·Choi, Jeong-Hye**·Jang, Sang-Ock**

Chungmu Middle School·Dept. of Home Economics Education, Gyeongsang National University***

Abstract

The purpose of this study is to see relationship between middle school students' cellular phone consumption behavior and their mothers' consumer education. A survey was conducted with middle school students at nine middle schools in Gyeongnam who possessed a cellular phone and their mothers(1,080 in total). The results of this study are as follows: First, middle school students' cellular phone consumption behavior was relatively at the average level or higher: they were best at A/S and change and refund and were at the average level in collecting and using information for purchase followed by contract. This consumption behavior was associated with such variables as gender, academic performance, and monthly pocket money. Second, as for consumer education for middle school students' mothers in general, purchase education was most highly recognized, followed by citizenship education and value education. However, value education was relatively weak, which should be reinforced. Mothers' consumer education was associated with children's grade, academic performance and monthly pocket money. Third, since middle school students' desirable cellular phone consumption behavior was strongly associated with their mothers' consumer education, it is highly urgent to improve the quality of consumer education by mothers at home.

Key Words: 중학생(Middle School Students), 휴대폰 소비행동(Cellular Phone Consumption Behavior), 어머니에 의한 소비자교육(Consumer Education by Mothers)

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

저출산·고령화 사회에 대응하기 위한 2007년 개정 기술·가정과 교육과정의 소비자교육 관련 목표는 청소년 소비자에게 건전한 소비생활 가치관을 형성하도록 하는 것으로 자신의 가치에 입각하여 스스로 소비를 결정하는 주체적 소비자, 소비자 정보의 중요성을 알고 이를 의사결정에 적절히 활용하는 정보화된 소비자, 자신의 소비가 사회 및 환경에 미칠 영향을 고려하는 책임 있는 소비자로서의 역할을 수행할 수 있도록 하는데(교육과학기술부, 2008) 역점을 두고 있다. 이러한 교육 목표는 오늘날의 청소년들이 급변하는 소비환경에 적절히 대처하고 현명하게 행동할 수 있도록 소비자교육이 이루어져야 함을 의미하는 것이기도 하다. 청소년기의 소비행동 문제는 이들의 소비행동 특성에 기인하는데 성인기로 이행하는 이 때 소비자 교육이 적절히 이루어진다면 그 효과는 매우 크고 지속적으로 될 것이다. 청소년을 위한 소비자교육은 이들이 보편적으로 사용하는 소비재를 매개로 이루어질 때 보다 교육의 실효성이 높아 질 것으로 생각된다.

근래 청소년들이 가장 많이 소유하고 빈번히 사용하는 소비재는 휴대폰이라고 할 수 있다. 2008년 우리나라 총 인구의 90%가 사용하는 휴대폰의 이용 연령은 6~14세는 80.0%, 15~19세는 88.2%, 19~24세는 98.4%(통계청, 2008)로 청소년 10명중 8, 9명이 사용하여 필수 소비재 수준이 되었다. 그런데 이러한 청소년의 휴대폰 사용 증가에 동반하여 이의 구매와 유지 관련 등의 다양한 소비행동 문제가 사회적인 이슈로 부각되고 있다. 즉 부모 동의 없는 휴대폰 불법가입 문제(최병목, 2002), 과다사용으로 인한 요금 문제(백명옥, 2005) 등 휴대폰의 부정적인 소비행동에 대한 우려의 목소리가 높다. 이러한 휴대폰 소비행동 문제의 해결 방안을 찾기 위해서는 청소년의 휴대폰을 통한 소비행동 및 소비자교육에 대한 연구가 요청된다고 하겠다.

청소년의 소비행동은 개인의 발달적인 면뿐만 아니라 가정의 부모나 형제, 대중매체, 친구, 학교 등의 주변 환

경에 의해 영향을 받고 있다. 이 중 가정은 사회화를 발달시키는 첫 번째 환경으로, 자녀에게 부모의 소비행동을 관찰하고 모방할 기회를 제공하고, 소비자로서 행동할 기회와 경험을 가지게 되는 장소로 부모의 가치관이나 태도에 의해 자녀들은 많은 영향을 받는다(이승신 외 2인, 2004). 가정에서 이루어지는 소비자 교육은 올바른 소비자 기능을 수행하기 위한 필요조건(권의주, 2002)으로 가정에서의 소비자교육의 영향은 대중매체나 학교 소비자교육만큼 중요하다(권경자·장상옥, 2007). 특히 부모 중에서도 어머니에 의한 소비자교육이 자녀의 소비행동에 상당한 영향을 미치므로(강효근, 1998; 송운선, 2004; 고화정, 2007) 가정 소비자 교육의 주요 담당자인 어머니에 의한 소비자 교육과 자녀의 소비행동에 대한 접근을 통하여 소비자교육 방안이 도출될 수 있다고 생각된다. 이에 청소년들이 보편적으로 소비하는 제품인 휴대폰에 대한 소비행동과 어머니에 의한 소비자교육의 관계를 파악함으로써 이들을 위한 바람직한 소비자교육 방안 모색이 가능하겠다.

그런데 그 동안 이루어진 청소년의 휴대폰에 대한 연구는 주로 이용 동기 및 실태, 중독 관련(장혜진, 2002; 편혁미, 2003; 광민주, 2004; 황광민, 2004; 이병길 2005; 성운숙, 2006; 임보은, 2006; 정재원, 2006; 명신영, 2007; 이은형, 2007)이거나 또래집단의 영향과 과소비(최비선, 2003; 김성환, 2002)에 초점을 맞추고 있는데 청소년의 휴대폰 소비행동과 어머니에 의한 소비자교육과를 관련시킨 연구는 미흡한 실정이었다.

따라서 본 연구에서는 중학생들의 휴대폰 소비행동과 어머니에 의한 소비자교육과의 관계를 알아봄으로써, 이들의 소비행동과 어머니에 의한 소비자교육과의 관련성을 보다 깊이 이해하고 이를 바탕으로 중학생을 위한 바람직한 소비생활 교육 방안을 다각적으로 모색하고자 하였다.

이를 위한 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 중학생의 휴대폰 소비행동을 파악하고 일반적 특성에 따라 어떠한 차이가 있는지 알아본다.

둘째, 중학생 어머니에 의한 소비자교육을 파악하고 일반적 특성에 따라 어떠한 차이가 있는지 알아본다.

셋째, 중학생 어머니에 의한 소비자교육이 자녀의 휴대폰 소비행동에 미치는 영향력은 어떠한지 알아본다.

II. 이론적 배경

1. 청소년의 휴대폰 소비행동

소비자 행동이란 구매 및 사용을 위한 소비자의 최종적인 실행 행동뿐만 아니라 구매 결정과정과 관련하여 발생한 소비자의 내·외적 행동을 모두 포함한다. 즉 제품을 직접 구매·사용·소비하는 행동 이외에도 구매결정을 위해 정보를 수집하고, 제품 및 상표를 비교·검토하며, 더 나아가서는 특정제품이나 상표에 대한 지각·태도·선호도의 형성과정에서 발생하는 소비자의 심리적 움직임까지도 소비자 행동의 범주에 포함된다(김종의, 1999). 워프만(L.G. Schiffman)과 카누크(L.L. Kanuk)는 “소비자들이 자신들의 욕구를 충족시켜 주리라고 기대하는 제품이나 서비스 혹은 아이디어를 탐색, 구매, 사용 및 평가함에 있어서 보여주는 행동”으로, 앵겔(J.F.Engle)과 블랙웰(R.D. Blackwell)은 “경제적인 재화나 서비스를 획득하고 사용하는데 직접 관련된 개인의 행위 및 그러한 행위에 앞서서 그것을 결정해 주는 여러 결정 과정”으로 정의하였다. 또한 잘츠만(L.G.Zaltman)은 “개인이나 집단이 제품이나 서비스 그리고 그 밖의 자원을 획득하고 사용하며, 또 사후의 경험을 통해 보여주는 행동 과정 및 사회적 관계”라고 정의 하고 있다(장홍섭, 2004).

청소년의 휴대폰 소비행동을 김선만(2000)은 휴대폰 구매의 의사결정과정 즉 문제인식, 정보탐색, 대안선택, 구매, 구매 후 평가로 보았고, 이지선(2005)은 구매, 정보 탐색, 정보활용의 합리성 측면에서, 김시월·김유진(2007)은 계획, 구매, 사용, 처분행동으로 보았다. 청소년 소비자의 휴대폰 소비행동에 영향을 주는 변인은 성별, 학교급별 및 성적(이지선, 2005)으로 남학생이 여학생보다 휴대폰에 대한 계획 구매, 정보 탐색, 정보 활용의 정도가 높고, 중학생보다는 고등학생이, 성적이 높을수록 휴대폰에 대해 합리적인 소비행동을 한다고 한다.

본 연구에서의 중학생의 휴대폰 소비행동은 제품을 구매하고 사용하는 소비 행동에 중점을 두고 구매행동에는 구매 전 행동(계획, 정보수집활용), 구매 시 행동(구매, 계약), 구매 후 행동(A/S·교환·환불)을 포함하였고, 사용행

동에는 요금 사용, 기기 사용, 사용 행태로 구성하여 관련 변인과의 관계를 살펴보고자 하였다.

2. 어머니에 의한 소비자교육

소비자교육은 소비자의 태도와 행위의 긍정적인 변화를 유도한다. 소비자교육의 목표를 이득연·송순영(1992)은 가치교육, 구매교육, 시민의식교육의 3가지 차원에서 제시하였으나 김혜선 외 5인(2002)은 인간의 생활양식 및 가치 관련 교육, 소비자 의사결정, 소비자의 이익 및 구매 관련 교육, 소비자 시장 환경 관련 교육, 소비자 문제해결 및 예방 관련 교육, 시민의식과 관련 교육의 5가지 차원에서 구분하였다. 한편, 한국소비자보호원(2002)에서는 소비자교육 종합발전계획의 기본 방향에서 교육 목표를 주체적 소비자, 정보화된 소비자, 책임 있는 소비자로 제시하였다. 이승신 외 2인(2004)은 소비자교육이란 소비자능력을 통해 합리적인 소비자의 역할 수행을 유도하고자 하는 것으로 소비자교육 목표에 제시된 가치교육, 구매교육, 시민의식교육 차원에 기초하고 있다고 한다. 가치교육은 합리적인 소비생활을 위해 올바른 소비가치를 형성하기 위한 교육이며, 구매교육은 제품이나 서비스 구매 시 최적의 선택을 할 수 있도록 합리적이고 효율적인 구매의사결정을 하기 위한 교육이고, 시민의식교육은 모든 소비자는 시민사회의 일원으로 생활하면서 자신의 책임을 완수하기 위해 소비자로서의 의식 고취 및 소비자권리, 책임의 자각과 실현, 소비자 시민운동의 필요성을 느끼며 적극적인 참여를 목표로 하는 교육으로 보았다.

어머니에 의한 소비자교육과 자녀의 소비행동 관련 선행연구인 어머니의 소비자 역할 및 양육태도(조영숙, 1993; 김진아, 1996; 강효근, 1998), 소비자 태도 기능, 교육인식(류미현·이승신, 1999; 고화정, 2007), 의사소통(조은주, 2006) 및 영향 변인(박혜영, 2005; 정미정·이연숙, 2007) 등의 연구에서는 자녀의 합리적인 소비행동에는 어머니에 의한 소비자교육 및 어머니의 연령, 학력 변인이 연관됨을 밝히고 있다.

조영숙(1993)은 어머니의 소비자 역할 수행 수준이 높

을수록 자녀의 소비자 지식 및 역할 태도 점수가 높아 학교교육을 통한 의도적 교육만이 아니라 어머니를 통한 무의도적인 교육이 중요함을 지적하였다. 고화정(2007)은 어머니의 소비자교육 인식 및 소비자 기능이 높을수록 자녀의 소비자 기능 수준도 높아져서 합리적인 소비자 기능을 한다고 보았는데, 부모의 영향을 많이 받을수록 실용성과 가격할인, 절약을 중시하고 제품을 끝까지 사용하는 것을 중요하게 생각하는 부모세대의 특성이 자녀에게 영향을 준다고 지적하였다. 강효근(1998)은 어머니가 자녀와 토의를 많이 할수록, 자녀에게 본보기 행동을 많이 보일수록, 자녀에게 경험을 많이 하게 할수록 청소년의 구매행동 능력과 금전관리 능력이 모두 높았다고 한다. 조은주(2006)도 어머니와 자녀 간의 의사소통이 용돈관리 교육, 소비 및 구매교육, 물자절약 교육에 유의한 변인으로 소비에 대한 원활한 의사소통을 통하여 중학생 자녀들은 어머니의 행동을 모방하고 어머니는 자녀들에게 자연스럽게 건전한 소비생활과 계획적이고 책임감 있는 금전사용을 가르치는 것으로 보았다.

이상의 선행연구에서는 어머니의 직접적인 소비자교육 뿐만 아니라 의사소통, 역할모델 등을 통한 간접적인 소비자교육도 자녀의 소비행동에 영향이 있음을 밝히고 있다. 이들 연구에서는 중학생 자녀의 휴대폰 소비행동과 어머니에 의한 소비자교육과의 관계를 살펴 본 연구는 미흡하나 선행연구의 결과로 미루어보아 어머니에 의한 소비자교육이 자녀의 휴대폰 소비행동에 영향을 줄 것으로 사료되어 이의 관계를 살펴보고자 한다. 어머니에 의한 소비자교육은 가치교육, 구매교육, 시민의식교육으로 구성하여 관련변인과의 관계를 살펴보고자 한다.

III. 연구 방법

1. 조사대상 및 조사방법

조사대상은 휴대폰을 소유한 경남 지역 9개 중학교의

재학생과 그들의 어머니로 남녀 중학생을 학년별로 20명씩 한 학교 당 총 60명을 표집 하여 각각 540명의 중학생과 어머니가 선정되었다. 조사방법은 질문지 조사로 예비조사(2008년 3월 30일~4월 3일)를 거쳐 문항의 이해가 어렵거나 신뢰도 계수가 낮은 문항을 제거하고 본 조사용 질문지를 완성하였다. 본 조사는 2008년 4월 7일부터 4월 18일까지 학생용과 어머니용의 세트 질문지를 연구자가 조사대상 학교를 방문하거나 우송하여 교사가 조사대상에게 기입하도록 한 후 우편으로 반송 받았다. 총 540부를 배부하여 부실 기재 등 응답이 불성실한 질문지를 제외한 434부(80.4%)를 최종분석에 이용하였다.

2. 조사도구

질문지는 조사대상의 사회인구학적 변인, 중학생의 휴대폰 소비행동, 어머니에 의한 소비자교육의 총 60문항으로 구성하였다. 사회인구학적 변인 문항은 8문항으로 중학생의 성별, 학년, 성적, 한 달 용돈, 어머니의 학력, 연령, 직업과 가정의 월 평균 소득을, 휴대폰 소비행동 문항은 권한숙(2004), 이지선(2005), 仲間廣美·花城梨枝子(2006)의 연구를 토대로 구매와 사용행동 관련 24문항을, 어머니에 의한 소비자교육 문항은 이재정(1999), 조은주(2006), 고화정(2007)의 연구를 토대로 가치교육, 구매교육, 시민의식 교육의 28문항으로 구성하였다. 조사도구의 측정은 휴대폰 소비행동과 어머니에 의한 소비자교육 문항은 Likert 5점 척도로 점수가 1점에서 5점으로 높아질수록 소비행동이나 소비자교육을 바람직하게 하거나 잘 하는 것을 의미하도록 하였다. 조사도구의 신뢰도는 <표 1>과 같다.

3. 자료처리

자료처리는 SPSS 14.0을 이용하여 중학생의 사회인구학적 변인은 빈도분석을, 중학생의 휴대폰 소비행동과 어머니 소비자교육은 기술통계분석을, 사회인구학적 변인에 따

〈표 1〉 조사문항의 신뢰도

구분	문항	문항수	Cronbach's α
중학생의 휴대폰 소비행동	구매행동	13	.836
	사용행동	11	.740
	계	24	.846
중학생 어머니에 의한 소비자교육	가치교육	11	.816
	구매교육	8	.824
	시민의식교육	9	.813
	계	28	.918

른 휴대폰 소비행동과 어머니 소비자교육의 차이 검증은 독립표본 t-검증과 일원배치 분산분석 및 던컨의 다중범위 검증(Duncan's Multiple Range Test)을 실시하였다. 또한 중학생의 휴대폰 소비행동에 영향을 미치는 변인을 파악하기 위해 상관분석과 단계선택법을 이용한 다중회귀분석을 적용하였다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 조사 대상의 일반적인 특성

중학생의 성별은 남학생(49.8%)과 여학생(50.2%)의 비율이 거의 비슷하였고 학년별로는 1학년(32.7%), 2학년(34.6%), 3학년(32.7%)이 비교적 골고루 표집이 되었다<표 2>. 성적은 중위권이 과반수(57.6%)이었고, 상위권이 22.5%, 하위권이 19.9%이었다. 한 달 용돈은 2~3만원이 39.6%로 가장 많았으며 2만원 미만(33.6%), 4~5만원(20.1%), 6만원 이상(6.7%)의 순으로 2/3 이상이 3만원 미만의 용돈이었다.

어머니 관련 변인을 보면 학력은 고졸 이하가 62.5%, 대졸 이상이 37.5%이었다. 연령은 41~45세가 52.8%로 가장 많았으며 40세 이하(30.4%), 46세 이상(16.8%)이었다. 직업은 전업주부(39.4%)와 판매·서비스직(26.4%)이 비교적 많았다. 가정의 월 평균 소득은 301~400만원(32.1%), 201~300만원 (29.3%), 400만원 이상(29.1%)의 비율이 비슷하고, 200만원 이하가 9.5%이었다.

〈표 2〉 조사 대상의 일반적인 특성

(N=433)

구분	구분	N(%)	어머니변인	구분	N(%)
성별	남	216(49.8)	학력	고졸 이하	270(62.5)
	여	218(50.2)		대졸 이상	162(37.5)
학년	1학년	142(32.7)	연령	40세 이하	132(30.4)
	2학년	150(34.6)		41~45세	229(52.8)
	3학년	142(32.7)		46세 이상	73(16.8)
성적	69점 이하 (하위권)	86(19.9)	가정소득	200만원 이하	41(9.5)
	70~89점 (중위권)	249(57.6)		201~300만원	126(29.3)
	90점 이상 (상위권)	97(22.5)		301~400만원	138(32.1)
400만원 이상				125(29.1)	
한 달 용돈	2만원 미만	146(33.6)	직업	생산·기능직	28(6.5)
	2~3만원	172(39.6)		판매·서비스직	114(26.4)
	4~5만원	87(20.1)		사무직	41(9.5)
	6만원 이상	29(6.7)		전문직·경영관리직	40(9.3)
전업주부				170(39.4)	

2. 중학생의 휴대폰 소비행동 및 일반적 특성에 따른 차이

1) 중학생의 휴대폰 소비행동의 일반적 경향

중학생의 휴대폰 소비행동을 보면<표 3>, 전체 점수는 평균 3.35점으로 보통 이상으로 나타났는데 세부적으로 사용행동은 3.48점, 구매행동은 3.24점으로 나타나 구매행동에 비하여 사용행동을 잘 하고 있었다. 이는 아동의 소비자기능을 조사한 고화정(2007)의 연구에서도 사용기능이 구매기능보다 높아 같은 맥락으로 이해되는데 휴대폰 구매 시는 부모가 동행하여 비용을 지불하고 계약하는 등 중학생 자신 이외의 사람이 개입되어 책임감이 적어지나, 사용 시는 자신의 책임이므로 사용이나 관리에 신경을 더 써서 구매행동보다 사용행동 수준이 높았다고 풀이할 수 있다. 소비행동의 8가지 하위영역에 대한 점수는 3.00점~3.91점 사이로 보통 수준 이상이었었는데 하위영역 중 점수가 높은 영역은 A/S·교환·환불(3.91점), 요금(3.62점)이었던 반면, 낮은 영역은 구매(3.00점), 정보수집활용(3.03점), 계약(3.10점)이었다. 이로 보아 정보를 수집, 활용하여 구매하고 계약하는 행동은 보통 수준이었으나, 구매 후 서비스를 요구하는 행동은 매우 적극적이고 요금 관련 행동을 바람직하게 한다고 볼 수 있다. 이는 휴대전화 구매 행동 중 정보탐색은 비교적 잘 이루어지나 정보 활용 정도는 낮았다는 이지선(2006)의 연구와 일부 일치하는 결과로 볼 수 있다.

하위영역의 구매행동 중 계획에서는 ‘휴대폰 구매 전에 기종과 품질을 검토하여 계획하는’(3.56점) 행동은 보통 이상으로 높으나 ‘휴대폰 구매 전에 가정 및 나의 예산 범위 내에서 가격을 계획하는’(3.21점) 행동은 상대적으로 낮아 구입 전에 기종과 품질에 대한 계획은 비교적 바람직하게 하나, 지출과 관련된 예산 행동은 상대적으로 낮은 편이었다. 정보수집활용에서는 ‘휴대폰의 구매 전에 가격, 상표, 모델에 대한 정보를 충분히 수집하는’(3.24점) 정도는 보통 이상이나, 휴대폰 구매 전에 교환, 환불, 반환에 관한 정보를 알아본다’(2.81점)는 낮아 문제 발생 시의 해결 방안에 대해 미리 정보를 수집하는 행동은 다소 미

흡함을 알 수 있다. 구매에서는 ‘휴대폰 구매 시 여러 곳에서 휴대폰 종류, 가격과 품질을 비교한 후에 구매한다’(3.33점)가 높았던 반면 ‘내가 세워놓은 예산 계획대로 휴대폰 가격을 결정하여 산다’는 2.69점으로 매우 낮아 가격 예산은 세우지만 실천하는 행동은 미약함을 알 수 있다. 계약에서는 ‘휴대폰 구매 시 영수증을 꼭 받는다’(3.31점)는 보통 이상이었으나 ‘휴대폰 구매 시 계약서를 꼭 읽고 사는’(2.89점) 행동은 약한 편이었다. 일본의 고등학교생을 대상으로 조사한 연구(仲間 廣美·花城梨枝子, 2006)에서도 이의 점수는 낮아(휴대폰 이용률이 높은 학생은 3.10점, 낮은 학생은 2.84점) 우리와 유사한 경향이였다. A/S·교환·환불에서는 ‘구매한 휴대폰이 불량품이거나 결함이 있는 경우 교환이나 환불을 요구한다’가 4.02점으로 매우 높았고 ‘구매한 휴대폰이 고장 나면 수리(애프터서비스)를 적극 요구한다’(3.80점)도 높아 구매 후 문제와 관련된 소비자의 권리를 잘 인식하고 있다고 하겠다.

하위영역의 사용행동 중 요금에서는 ‘통화 요금이 많이 나오면 다음에 줄이려고 노력하는’(3.96점) 행동수준은 상당히 높았으나, ‘휴대폰 요금 예산을 정하고 지출하는’(2.95점)행동수준은 상대적으로 낮았다. 이지선(2006)의 연구에서도 중·고등학교생의 70%가 지출 계획을 하지 않는다고 하였는데 이는 상당수가 요금이 제한되는 청소년요금제를 선택하고 또한 요금은 부모가 지출하므로 중학생 자신이 요금 예산을 고려하는 정도는 적었을 것으로 보인다. ‘한 달 이용명세서는 꼭 확인하는’ 행동은 보통 이상(3.67점)이었다. 일본의 조사에서는 휴대폰 이용률이 높은 학생(3.69점)이 낮은 학생(3.44점)에 비하여 명세서를 확인하는 수준이 더 높았다(仲間 廣美·花城梨枝子, 2006)고 한다. 또한 기기에서는 ‘휴대폰이 고장 나면 고쳐서 사용할 수 있는 경우 고쳐서 사용하는’(3.72점) 수준은 비교적 높은 편이었으나 ‘휴대폰을 사용할 수 없을 때까지 끝까지 사용하는’(3.22점) 행동은 상대적으로 낮았지만, 점수는 보통수준 이상이므로 바람직하다고 보겠다. ‘휴대폰 사용 설명서를 꼼꼼히 읽고 사용하는’(3.36점) 행동은 보통 이상으로 仲間 廣美·花城梨枝子(2006)의 결과(2.66점)와 비교하면 높은 수준이었다. 또한 ‘새로운 기종으로 잘 바꾸지 않는다’(3.58점)는 비교적 높았으나 일본의 조사(仲間 廣美·

<표 3> 휴대폰 소비행동 문항

		문항	M(SD)		
구매	계획	1. 휴대폰을 사기 전에 꼭 필요한 것인지 검토한다.	3.32(.94)	3.36(.76)	
		2. 휴대폰의 구매 전에 가정 및 나의 예산 범위 내에서 가격을 계획한다.	3.21(1.09)		
		3. 휴대폰의 구매 전에 기종과 품질을 검토하여 계획한다.	3.56(1.03)		
	정보 수집 활용	4. 휴대폰의 구매 전에 소비자 잡지, 신문, 인터넷 등의 정보를 찾아본다.	3.21(1.25)	3.03(.92)	
		5. 휴대폰의 구매 전에 가격, 상표, 모델에 대한 정보를 충분히 수집한다.	3.24(1.25)		
		6. 휴대폰의 구매 전에 교환, 환불, 반환에 관한 정보를 알아본다.	2.81(1.07)		
		7. 휴대폰에 대한 여러 정보를 모아 둔 후에 구매 시 활용한다.	2.88(1.12)		
	구매	8. 휴대폰 구매 시 여러 곳에서 휴대폰 종류, 가격과 품질을 비교한 후에 구매한다.	3.33(1.09)	3.00(.92)	3.24(.60)
		9. 내가 세워놓은 예산 계획대로 휴대폰 가격을 결정하여 산다.	2.69(1.08)		
	계약	10. 휴대폰 구매 시 계약서를 꼭 읽고 산다.	2.89(1.09)	3.10(.95)	
		11. 휴대폰 구매 시 영수증을 꼭 받는다.	3.31(1.19)		
A/S 교환 환불	12. 구매한 휴대폰이 고장 나면 수리(애프터서비스)를 적극 요구한다.	3.80(.99)	3.91(.86)	3.35(.51)	
	13. 구매한 휴대폰이 불량품이거나 결함이 있는 경우 교환이나 환불을 요구한다.	4.02(.95)			
사용	요금	14. 한 달 이용 명세서는 꼭 확인한다.	3.67(1.23)	3.62(.75)	
		15. 휴대폰의 요금 예산을 정하고 지출한다.	2.95(1.13)		
		16. 통화 요금이 많이 나오면 다음에 줄이려고 노력한다.	3.96(.97)		
		17. 나의 휴대폰 이용 상태에 맞는 요금제를 선택한다.	3.91(.97)		
	기기	18. 휴대폰 사용 설명서를 꼼꼼히 읽고 사용한다.	3.36(1.18)	3.43(.72)	3.48(.59)
		19. 휴대폰을 사용할 수 없을 때까지 끝까지 사용한다.	3.22(1.16)		
		20. 휴대폰을 새로운 기종으로 잘 바꾸지 않는다.	3.58(1.02)		
		21. 휴대폰을 조심스럽게 다루고 깨끗하게 사용한다.	3.27(1.18)		
		22. 휴대폰이 고장 나면 고쳐서 사용할 수 있는 경우 고쳐서 사용한다.	3.72(.98)		
	행태	23. 휴대폰으로 불필요한 문자 메시지를 보내지 않는다.	3.19(1.16)	3.34(.97)	
24. 잘 모르는 발신번호에 응답하지 않는다.		3.49(1.25)			

花城梨技子, 2006) 결과(휴대폰 사용률이 낮은 학생은 4.19점, 높은 학생은 3.86점)와 비교하면 상대적으로 새 기종으로의 변경 정도가 높다고 할 수 있다. 행태에서는 '잘 모르는 발신번호에 응답하지 않는다'(3.49점) 행동은 보통 이상이나 '휴대폰으로 불필요한 문자 메시지를 보내지 않는다'(3.19점) 행동은 상대적으로 낮았다.

2) 일반적 특성에 따른 휴대폰 소비행동의 차이

일반적 특성에 따른 중학생의 휴대폰 소비행동 전체를 보면<표 4>, 성별, 성적, 한 달 용돈에 따라 유의적인 차

이가 나타났으나 나머지 변인에서는 차이가 없었다. 성별에서는 남학생(3.42점)이 여학생(3.27점)에 비하여, 성적에서는 중위권(3.36점)과 상위권(3.43점)이 하위권(3.22점)에 비하여 점수가 높아 중상위권 학생이 하위권 학생보다 바람직한 휴대폰 소비행동을 하고 있다고 볼 수 있다. 이는 남학생이 여학생에 비하여 휴대폰 소비행동 시 계획구매, 정보탐색, 정보활용 정도가 높았고, 성적이 높을수록 계획구매와 정보탐색 수준이 높았다는 이지선(2006)의 연구 결과와도 부분적으로 일치하였다. 이로 보아 남학생은 모방, 강화, 사회적 상호작용과 소비자능력이 여학생보다 높아(신혜선, 1994) 휴대폰 소비행동을 더 바람직하게 한 것

으로 풀이할 수 있다. 한 달 용돈은 2만원 미만(3.46점), 2~3만원 미만(3.33점), 4~5만원 미만(3.28점) 집단이 6만원 이상(3.00점) 집단에 비하여 유의적으로 점수가 높아 용돈이 적은 학생들이 바람직한 소비행동을 한다고 볼 수 있다. 송윤선(2004)도 용돈이 적을수록 구매행동능력과 금전

관리능력이 높아졌다고 하는데 용돈이 적을수록 가용자원이 제약되어 최대한 효과적으로 소비하고자 하는 것으로 풀이할 수 있다.

하위영역 별 차이를 보면 구매행동에 영향을 미치는 변인은 성적으로 중위권(3.26점)과 상위권(3.33점)이 하위권

〈표 4〉 사회인구학적 변인에 따른 소비자행동

M(SD)

변인	구분	구매행동						사용행동				계
		계획	정보수집 활용	구매	계약	A/S·교환·환불	소계	요금	기기	행태	소계	
성별	남	3.46(.74)	3.05(.96)	2.96(.95)	3.17(.93)	4.02(.81)	3.29(.61)	3.70(.72)	3.54(.71)	3.45(.96)	3.58(.54)	3.42(.49)
	여	3.27(.78)	3.02(.87)	3.04(.90)	3.02(.96)	3.80(.88)	3.18(.58)	3.55(.78)	3.32(.71)	3.22(.98)	3.39(.62)	3.27(.52)
	t(p)	2.562*	.395	-.910	1.704	2.672**	1.844	2.023*	3.238*	2.486*	3.468*	3.005**
학년	1학년	3.36(.75)	3.01(.89)	3.04(.95)	3.20(1.03)	3.89(.88)	3.25(.64)	3.66(.84)	3.52 ^a (.78)	3.40(1.02)	3.55(.67)	3.38(.56)
	2학년	3.29(.74)	2.99(.93)	2.92(.95)	3.12(.89)	3.86(.83)	3.20(.58)	3.60(.67)	3.46 ^{ab} (.63)	3.38(.94)	3.49(.53)	3.33(.47)
	3학년	3.44(.80)	3.11(.94)	3.06(.87)	2.96(.91)	3.98(.86)	3.26(.59)	3.62(.74)	3.31 ^b (.73)	3.23(.95)	3.41(.57)	3.33(.50)
	F(p)	1.303	.706	.964	2.229	.765	.528	.229	3.041*	1.414	1.944	.565
성적	69점 이하	3.21 ^b (.78)	2.85(.94)	2.84(.80)	3.02(.92)	3.70b(.90)	3.08b(.61)	3.47(.69)	3.33(.64)	3.35(.96)	3.38(.52)	3.22 ^b (.49)
	70~89점	3.35 ^{ab} (.76)	3.08(.91)	3.02(.91)	3.11(.95)	3.96a(.83)	3.26a(.58)	3.65(.75)	3.44(.72)	3.26(.99)	3.48(.59)	3.36 ^c (.50)
	90점 이상	3.54 ^a (.73)	3.10(.89)	3.11(1.02)	3.16(.97)	3.98a(.87)	3.33a(.60)	3.68(.78)	3.51(.76)	3.52(.94)	3.57(.64)	3.43 ^c (.54)
	F(p)	4.384*	2.190	2.071	.523	3.419*	4.299*	2.265	1.447	2.631	2.300	4.429*
한 달 용돈	2만원 미만	3.45 ^a (.82)	2.98(.92)	3.03(.99)	3.23 ^a (.01)	3.97(.83)	3.28(.61)	3.81a(.75)	3.65 ^a (.65)	.58 ^a (.94)	3.70 ^a (.53)	3.46 ^a (.47)
	2~3만원	3.42 ^a (.68)	3.10(.93)	3.01(.89)	3.08 ^a (.94)	3.88(.85)	3.25(.60)	3.55b(.70)	3.41 ^b (.66)	3.31 ^{ab} (.89)	3.44 ^{ab} (.55)	3.33 ^a (.50)
	4~5만원	3.25 ^a (.76)	3.05(.93)	3.09(.87)	3.04 ^a (.90)	3.95(.90)	3.23(.58)	3.55b(.78)	3.27 ^b (.82)	3.12 ^{bc} (.09)	3.35 ^b (.67)	3.28 ^a (.54)
	6만원 이상	2.95 ^b (.85)	2.88(.86)	2.59(.82)	2.69 ^b (.75)	3.69(.89)	2.95(.57)	3.32b(.76)	2.92 ^c (.65)	2.95 ^c (.99)	3.07 ^c (.53)	3.00 ^b (.48)
	F(p)	4.284**	.713	2.269	2.878*	1.039	2.532	5.604**	12.001**	6.333**	14.081**	7.829**
모 학 력	고졸이하	3.36(.75)	3.05(.92)	3.00(.88)	3.03(.93)	3.92(.80)	3.23(.58)	3.63(.70)	3.42(.71)	3.31(.95)	3.48(.55)	3.34(.47)
	대졸이상	3.36(.79)	3.01(.93)	3.01(1.00)	3.20(.98)	3.90(.95)	3.24(.64)	3.60(.83)	3.45(.73)	3.38(1.01)	3.49(.66)	3.35(.56)
	t(p)	.041	.489	-.169	-1.771	.208	-.126	.464	-.524	-.701	-.280	-.200
모 연 령	40세이하	3.28(.75)	3.01(.93)	2.92(.99)	2.93(1.02)	3.86(.95)	3.16(.65)	3.58(.81)	3.41(.74)	3.36(.99)	3.47(.62)	3.30(.55)
	41~45세	3.40(.79)	3.04(.92)	3.03(.90)	3.18(.93)	3.89(.81)	3.27(.58)	3.68(.69)	3.45(.71)	3.35(.96)	3.52(.58)	3.38(.49)
	46세이상	3.39(.69)	3.07(.93)	3.07(.87)	3.12(.87)	4.06(.83)	3.28(.57)	3.51(.81)	3.39(.69)	3.25(1.01)	3.41(.60)	3.34(.48)
	F(p)	1.188	.111	.881	2.977	1.398	1.516	1.764	.225	.388	1.015	1.075
모 직 업	생산,기능직	3.04(.77)	2.75(1.04)	2.86(.91)	3.18(.81)	3.80(.76)	3.08(.60)	3.68(.67)	3.32(.61)	3.48(.78)	3.48(.44)	3.25(.42)
	판매,서비스	3.35(.83)	3.15(.85)	3.04(.93)	3.08(.89)	3.89(.81)	3.26(.51)	3.62(.75)	3.33(.75)	3.21(.97)	3.41(.59)	3.33(.45)
	사무직	3.37(.66)	2.99(.81)	2.71(.89)	3.13(.92)	3.91(.93)	3.20(.56)	3.38(.64)	3.49(.73)	3.21(1.04)	3.40(.55)	3.29(.49)
	전문직,경영관리직	3.44(.79)	2.97(.87)	3.05(.95)	3.20(1.00)	3.96(.80)	3.27(.62)	3.82(.75)	3.58(.64)	3.41(.95)	3.63(.54)	3.43(.49)
	전업주부	3.41(.76)	3.06(.97)	3.10(.92)	3.09(1.00)	3.95(.87)	3.27(.65)	3.64(.77)	3.46(.74)	3.45(1.01)	3.52(.64)	3.38(.56)
	기타	3.34(.66)	2.90(.97)	2.83(.88)	3.03(1.02)	3.82(1.00)	3.16(.63)	3.57(.82)	3.47(.64)	3.22(.95)	3.46(.58)	3.29(.56)
	F(p)	1.248	1.122	1.704	.203	.291	.710	1.466	1.055	1.277	1.147	.780
가 정 소 득	200만원 이하	3.30(.65)	2.85(.88)	2.98(.84)	3.18(.93)	3.91(.67)	3.19(.56)	3.62(.68)	3.53(.68)	3.38(.86)	3.53(.54)	3.34(.50)
	201~300만원	3.27(.80)	2.95(.93)	2.91(.83)	3.07(.91)	3.87(.91)	3.16(.59)	3.57(.81)	3.50(.67)	3.36(.98)	3.50(.62)	3.31(.50)
	301~400만원	3.37(.73)	3.07(.86)	3.02(.92)	3.17(.98)	3.98(.80)	3.28(.56)	3.67(.68)	3.43(.67)	3.31(.96)	3.50(.51)	3.38(.47)
	400만원 이상	3.49(.79)	3.16(.97)	3.11(1.04)	3.04(.96)	3.92(.88)	3.30(.64)	3.65(.76)	3.35(.82)	3.34(1.03)	3.46(.66)	3.37(.55)
	F(p)	1.898	1.788	.965	.557	.419	1.437	.458	1.146	.073	.207	.432

*p<.05, **p<.01, 같은 알파벳 간에는 유의적인 차이가 없음.

(3.08점) 학생보다 구매행동을 바람직하게 하였다. 그러나 용돈에는 영향을 받지 않았는데, 김선만(2000)은 고등학생의 휴대폰 구매행동은 용돈에 영향을 받는다고 하여 중학생과는 다른 결과를 보였다. 이는 자신의 용돈으로 해결할 수 있는 고등학생에 비하여 연령이 낮은 중학생은 구매 시 부모지원 가능성이 높기 때문에 용돈에 따른 구매행동의 차이가 나지 않는 것으로 풀이할 수 있다. 그러나 사용행동에 영향을 미치는 변인은 성별과 한 달 용돈이었는데 남학생(3.58점)이 여학생(3.39점)에 비하여 상대적으로 사용행동을 잘 하는 편이었고, 한 달 용돈 2만원 미만(3.70점) 집단이 4~5만원(3.35점), 6만원 이상(3.07점) 집단에 비하여 사용행동을 잘 하였다.

이를 구매행동의 하위영역별로 살펴보면, '계획', '계약', 'A/S·교환·환불'에는 일부 유의적인 차이가 나타났으나, '정보수집활용'과 '구매'에는 유의적인 차이가 나타나지 않았다. 하위영역인 '계획'에 영향을 미치는 변인은 성별, 성적, 한 달 용돈이었다. 성별에서 남학생(3.46점)이 여학생(3.27점)보다, 성적에서는 상위권(3.54점)이 하위권(3.21점)보다, 한 달 용돈에서는 2만원 미만(3.45점), 2~3만원(3.42점), 4~5만원(3.25점) 집단이 6만원 이상(2.95점) 집단보다 구매 시 필요성 검토, 예산 범위에서 가격 계획, 기종과 품질 검토를 더 바람직하게 하는 것을 알 수 있다. '계약'에 영향을 주는 변인은 한 달 용돈으로 2만원미만(3.23점), 2~3만원(3.08점), 4~5만원(3.04점) 집단이 6만원 이상(2.69점) 집단보다 구매 시 계약서를 꼭 읽고, 영수증을 받는 행동을 더 잘 하였다. 'A/S·교환·환불'에 영향을 미치는 변인은 성별과 성적으로 남학생(4.02점)이 여학생(3.80점)보다, 성적은 중위권(3.96점)과 상위권(3.98점)이 하위권(3.70점)보다 A/S·교환·환불 요구가 보다 적극적임을 알 수 있다.

또한, 사용행동의 하위영역인 '요금'에 영향을 미치는 변인은 성별과 한 달 용돈으로 남학생(3.70점)이 여학생(3.55점)보다, 한 달 용돈 2만원 미만(3.81점) 집단이 2~3만원(3.55점), 4~5만원(3.55점), 6만원 이상(3.32점) 집단보다 명세서 확인, 예산에 맞춘 지출, 통신요금 절감 등을 잘 한다고 할 수 있다. '기기'에 영향을 미치는 변인은 성별, 학년, 한 달 용돈으로 남학생(3.54점)이 여학생(3.32점)

보다, 1학년(3.52점)이 3학년(3.31점)보다, 한 달 용돈이 2만원 미만(3.65점) 집단이 2~3만원(3.41점), 4~5만원(3.27점), 6만원 이상(2.92점) 집단보다 기기의 관리나 처분행동의 수준이 높았다. 이는 고학년이 되면 휴대폰 사용경험이 많아져 기기 관리에 신경을 덜 쓰는데서 나타나는 현상이라고 보여지며, 첫 구매 가능성이 높은 저학년에서는 상대적으로 신경을 더 써서 기기 관리를 더 잘하려는 행동이 나타난 것이 아닌가 사료된다. '행태'에 영향을 미치는 변인은 성별과 한 달 용돈으로 남학생(3.45점)이 여학생(3.22점)보다, 한 달 용돈 2만원 미만(3.58점) 집단이 4~5만원(3.12점)과 6만원 이상(2.95점) 집단에 비하여 모르는 번호에는 응답을 하지 않거나 불필요한 문자메시지를 보내지 않는 사용행태를 나타내었다. 이는 여학생이 남학생보다 문자메시지 사용 회수와 휴대폰 사용요금이 많다(곽민주, 2004)는 결과를 감안하면 남학생은 상대적으로 불필요한 문자메시지를 덜 보내는 것으로 짐작할 수 있겠다.

3. 어머니에 의한 소비자교육 및 일반적 특성에 따른 차이

1) 어머니에 의한 소비자교육의 일반적 경향

중학생 어머니에 의한 소비자교육을 보면<표 5>, 평균 3.85점으로 보통 이상으로 높아 어머니는 자녀에게 소비자교육을 잘 하고 있다고 인식하였다. 세부적으로 구매교육(3.92점)이 가장 높았으며, 이어서 시민의식교육(3.86점), 가치교육(3.80점)순으로 나타나 구매교육을 가장 잘 한다고 보았으나 가치교육은 상대적으로 낮았다. 한편, 자녀가 유아인 경우에는 가치교육, 시민의식교육, 구매교육(박해영, 2005)의 순이나, 초등학생인 경우는 가치교육, 구매교육, 시민의식교육(고화정, 2007)의 순으로 초등학생 이하의 경우는 소비가치를 형성시키는 가치교육을 잘 하였으나 독립적인 소비생활이 증대되는 중학생에게는 실질적인 상품구매와 의사결정을 하는 구매교육을 잘 시키는 것으로 인식하였다.

가치교육에서는 '공동으로 사용하거나 빌린 물건도 소

〈표 5〉 어머니에 의한 소비자교육 문항

구분	문항	M(SD)	
가치 교육	1. 갖고 싶은 것을 다 살수 없다는 것을 알게 한다.	4.06(.75)	3.80(.48)
	2. 새 물건을 자주 사는 것보다 가진 물건을 아껴 쓰는 것이 더 좋은 태도임을 알게 한다.	4.07(.67)	
	3. 공동으로 사용하거나 빌린 물건도 소중하게 사용해야 함을 알게 한다.	4.19(.65)	
	4. 물건을 잃어버렸을 때는 반드시 되찾는 노력을 하도록 한다.	3.88(.78)	
	5. 자신에게 불필요한 물건은 필요한 사람에게 주거나 서로 바꾸어 쓸 수 있게 한다.	3.65(.82)	
	6. 다시 쓸 수 있는 물건은 함부로 버리지 않고 재활용하도록 한다.	3.86(.73)	
	7. 수도물, 전기, 가스 등을 절약하여 사용하게 한다.	4.05(.77)	
	8. 물건을 사용한 후에는 잘 정리하여 간수하게 한다.	4.07(.78)	
	9. 아껴 쓰고 남은 돈을 저축하게 한다.	3.83(.88)	
	10. 자녀가 물건을 사고 싶어 할 때, 자녀 스스로 저축한 돈으로 사보게 한다.	3.53(.90)	
	11. 용돈 기입장에 지출액과 내용을 정기적으로 기록하게 한다.	2.62(1.06)	
구매 교육	12. 물건을 살 때 그 상품의 내용(질, 종류, 성능 등)에 대해 미리 충분히 알아보게 한다.	3.62(.86)	3.92(.57)
	13. 광고의 기능과 목적에 대해 알게 한다.	3.72(.88)	
	14. 물건을 살 때 가격이 적당한지 확인하게 한다.	3.80(.85)	
	15. 물건을 살 때 가격이 적당한지 확인하게 한다.	3.99(.77)	
	16. 비싸고 유명한 상표보다 실용적이고 안전한 것이 더 좋음을 알게 한다.	3.98(.84)	
	17. 물건을 구매한 후에는 영수증을 받게 한다.	3.83(.97)	
	18. 가공 식품의 제조일자와 유효기간을 확인하고 구매하게 한다.	4.27(.80)	
	19. 불량식품이나 결함상품, 위해상품이 있음을 알게 하고 주의하게 한다.	4.11(.83)	
시민 의식 교육	20. 소비자의 권리에 대해 알게 한다.	3.65(.90)	3.86(.55)
	21. 제품의 사용법을 알고 있더라도 설명서에 나와 있는 주의사항을 자세히 읽어보게 한다.	3.59(.88)	
	22. 물건을 사고 거스름돈을 더 많이 받은 경우 소액이라도 돌려주도록 한다.	3.97(.90)	
	23. 불량상품의 구매 시에는 다시 가서 바꿔오게 한다.	3.88(.98)	
	24. 물건 구매시 물건의 수량이나 거스름돈을 반드시 확인하게 한다.	4.06(.84)	
	25. 가능한 환경오염이 적은 물건을 사용하게 한다.	3.64(.89)	
	26. 가능한 쓰레기양을 줄이게 한다.	3.79(.85)	
	27. 쓰레기는 다시 쓸 수 있는 것과 다시 쓸 수 없는 것으로 구분하게 한다.	4.24(.78)	
	28. 자신의 편리함이나 이익만 추구하면 환경이 파괴될 수 있음을 알게 한다.	3.91(.80)	

중하게 사용해야 함을 알게 한다'(4.19점)가 가장 높았던 반면, '용돈기입장에 지출액과 내용을 정기적으로 기록하게 한다'(2.62점)는 가장 낮았다. 즉, 공용타인 용품 사용, 물자 절약, 사용관리 등의 교육은 잘 이루어졌으나 용돈 관리 교육은 잘 되지 않은 경향이었다. 구매교육에서는 '가공 식품의 제조일자와 유효기간을 확인하고 구매하게 한다'(4.27점), '불량식품이나 결함상품, 위해상품이 있음을 알게 하고 주의하게 한다'(4.11점)는 상당히 높았으나 '물

건을 살 때 그 상품의 내용(질, 종류, 성능 등)에 대해 미리 충분히 알아보게 한다'는 상대적으로 낮았으나(3.62점) 이에 대한 교육도 보통 이상임을 알 수 있다. 특히 먹을 거리에 대한 구매교육의 수준은 매우 높았는데 이는 기본적인 생리적 욕구의 충족 및 안전에 관계하기 때문으로 볼 수 있다. 시민의식교육에서는 '쓰레기는 다시 쓸 수 있는 것과 다시 쓸 수 없는 것으로 구분하게 한다'(4.24점), '구매 시 물건의 수량이나 거스름돈을 반드시 확인하게

한다'(4.06점)는 4점 이상으로 높아 환경보호나 소비자책임에 대한 교육을 상당히 잘 시키고 있음을 알 수 있다. '제품의 사용법을 알고 있더라도 설명서에 나와 있는 주의사항을 자세히 읽어보게 한다'는 3.59점으로 상대적 점수는 낮았지만, 이 또한 어머니에 의한 교육이 적절히 이루어짐을 알 수 있다.

2) 일반적 특성에 따른 어머니에 의한 소비자교육 차이

일반적 특성에 따른 어머니에 의한 소비자교육을 보면 <표 6> 소비자교육 전체에 유의적인 차이를 보이는 변인은 학년, 성적, 한 달 용돈으로 어머니 관련 변인이 아닌 자녀 관련 변인이었다. 그러나 초등학생을 조사한 고화정

<표 6> 사회인구학적 변인에 따른 어머니에 의한 소비자교육

		어머니에 의한 소비자교육			
		가치교육	구매교육	시민의식교육	전체
성별	남	3.83(.45)	3.96(.55)	3.89(.52)	3.89(.43)
	여	3.77(.51)	3.87(.58)	3.83(.59)	3.82(.50)
	t(p)	1.275	1.646	1.151	1.523
학년	1학년	3.90 ^a (.46)	4.03 ^a (.48)	3.94 ^a (.49)	3.95 ^a (.41)
	2학년	3.81 ^{ab} (.46)	3.92 ^a (.59)	3.86 ^{ab} (.56)	3.86 ^a (.48)
	3학년	3.70 ^b (.50)	3.79 ^b (.60)	3.77 ^b (.59)	3.75 ^b (.50)
	F(p)	5.788**	6.689**	3.564*	6.686**
성적	69점 이하	3.76(.52)	3.79 ^b (.63)	3.79(.62)	3.78 ^b (.52)
	70~89점	3.79(.49)	3.90 ^b (.56)	3.86(.56)	3.84 ^{ab} (.48)
	90점 이상	3.87(.41)	4.07 ^a (.50)	3.93(.47)	3.95 ^a (.39)
	F(p)	1.448	5.972**	1.388	3.117*
한달 용돈	2만원 미만	3.88 ^a (.45)	4.00 ^a (.47)	3.88 ^a (.50)	3.91 ^a (.40)
	2~3만원	3.83 ^a (.47)	3.95 ^a (.57)	3.93 ^a (.54)	3.89 ^a (.47)
	4~5만원	3.73 ^a (.50)	3.86 ^a (.62)	3.84 ^a (.58)	3.80 ^a (.49)
	6만원 이상	3.51 ^b (.51)	3.46 ^b (.65)	3.44 ^b (.61)	3.47 ^b (.54)
	F(p)	5.835**	8.177**(.000)	6.794**	8.376**
모 학력	고졸이하	3.80(.48)	3.89(.56)	3.84(.55)	3.84(.47)
	대졸이상	3.80(.49)	3.96(.57)	3.88(.55)	3.87(.47)
	t(p)	-.018	-1.270	-.668	-.695
모 연령	40세 이하	3.83(.49)	3.96(.57)	3.84(.57)	3.87(.48)
	41~45세	3.78(.46)	3.88(.56)	3.86(.54)	3.84(.45)
	46세 이상	3.82(.53)	3.95(.59)	3.89(.58)	3.88(.51)
	F(p)	.347	.970	.195	.343
모 직업	생산,기능직	3.69(.44)	3.72(.47)	3.69(.54)	3.70(.41)
	판매,서비스직	3.80(.53)	3.86(.59)	3.76(.59)	3.80(.50)
	사무직	3.74(.49)	3.89(.51)	3.95(.50)	3.85(.44)
	전문직,경영관리직	3.95(.39)	4.05(.43)	4.01(.44)	4.00(.35)
	전업주부	3.80(.47)	3.98(.60)	3.90(.56)	3.88(.48)
	기타	3.80(.48)	3.81(.61)	3.86(.55)	3.82(.48)
	F(p)	1.201	2.085	2.183	1.795
가정소득	200만원 이하	3.89(.50)	3.90(.58)	3.98(.61)	3.92(.51)
	201~300만원	3.74(.48)	3.91(.53)	3.79(.56)	3.80(.46)
	301~400만원	3.80(.47)	3.93(.57)	3.84(.56)	3.85(.47)
	400만원 이상	3.85(.49)	3.93(.60)	3.93(.52)	3.90(.47)
	F(p)	1.662	.056	2.049	1.149

*p<.05, **p<.01, 같은 알파벳 간에는 유의적인 차이가 없음.

(2007)의 연구에서는 자녀의 학년, 용돈 이외에 어머니의 연령, 학력, 취업여부, 직업유형, 가계소득에 따라 차이가 있어 본 연구 결과와는 차이가 있었다. 학년은 1학년(3.95점)과 2학년(3.86점)이 3학년(3.75점)에 비하여 점수가 유의적으로 높아 3학년에 비하여 1, 2학년에 어머니에 의한 소비자교육이 잘 이루어지고 있었다. 그러나 초등학교 자녀의 경우는 학년이 높을수록 어머니에 의한 소비자교육 수준이 높았으나(고화정, 2007) 중학생의 경우는 차이가 있었다. 이는 어머니에 의한 자녀의 소비자사회화 수준이 고등학생에 비하여 중학생에게 더 높다는 연구 결과(김지희, 1989)를 감안하면, 초등학교부터 중학교 1, 2학년까지는 어머니에 의한 소비자교육 수준이 점차 높아지나, 고등학생 직전 단계인 중학교 3학년부터는 이의 영향이 낮아짐을 알 수 있다. 어머니에 의한 소비자교육은 자녀 성적이 상위권(3.95점)인 경우가 하위권(3.78점)보다, 한 달 용돈에서는 2만원 미만(3.91점), 2~3만원(3.89점), 4~5만원(3.80점) 집단이 6만원 이상(3.47점) 집단보다 어머니에 의한 소비자교육 점수가 높았는데 고화정(2007)의 연구에서도 용돈이 낮은 집단의 어머니에 의한 소비자교육 인식이 높았다고 하여 일치된 결과를 보였다. 이로 보아 어머니에 의한 소비자교육은 중학생 자녀의 학년이 낮을수록, 성적이 높을수록, 한 달 용돈이 적을수록 더 잘 이루어지고 있음을 알 수 있다.

어머니에 의한 소비자교육의 하위영역인 '가치교육'에서 유의적인 차이가 나타난 변인은 학년과 한 달 용돈이었다. 학년은 1학년(3.90점)이 3학년(3.70점)보다, 한 달 용돈은 2만원 미만(3.88점), 2~3만원(3.83점), 4~5만원(3.73점) 집단이 6만원 이상(3.51점) 집단보다 점수가 높아 어머니는 1학년 자녀에게, 한 달 용돈 6만원 미만인 자녀에게 가치교육을 잘 하였다고 인식하였다. 또한 하위영역 중 '구매교육'에 영향을 미치는 변인은 학년, 성적, 한 달 용돈이었다. 학년은 1학년(4.03점)과 2학년(3.92점)이 3학년(3.79점)보다, 성적은 상위권(4.07점)이 하위권(3.79점)과 중위권(3.90점)보다, 한 달 용돈은 2만원미만(4.00점), 2~3만원(3.95점), 4~5만원(3.86점) 집단이 6만원 이상(3.46점) 집단보다 점수가 높아서 어머니에 의한 구매교육은 자녀가 1,

2학년이거나 상위권 성적이거나, 6만원 미만의 용돈을 가진 경우에 잘 이루어짐을 알 수 있다. 또 다른 하위영역인 '시민의식교육'에 영향을 미치는 변인은 학년과 한 달 용돈이었다. 학년은 1학년(3.94점)이 3학년(3.77점)보다, 한 달 용돈은 2만원미만(3.88점), 2~3만원(3.93점), 4~5만원(3.84점) 집단이 6만원 이상(3.44점) 집단보다 점수가 높아 어머니에 의한 시민의식교육은 자녀가 1학년에서, 6만원 미만의 용돈 집단에서 더 잘 이루어졌다고 할 수 있겠다. 어머니에 의한 가치교육과 시민의식교육은 3학년에, 6만원 이상의 용돈을 받는 학생에게 상대적으로 덜 이루어진다고 인식하였고, 구매교육은 3학년, 6만원 이상의 용돈 받는 학생, 하위권 성적의 학생들에게 덜 이루어졌다고 인식하므로 이러한 특성을 가진 자녀를 대상으로 어머니에 의한 소비자교육 강화와 동시에 학교교육에서 보완할 필요가 있다고 사료된다.

4. 어머니에 의한 소비자교육이 중학생의 휴대폰 소비행동에 미치는 영향력 분석

어머니에 의한 소비자교육이 중학생의 휴대폰 소비행동에 미치는 영향력을 분석하기 위하여 단계선택법을 이용하여 다중회귀분석을 한 결과는 다음과 같다<표 7>. 회귀분석의 기본 가정인 다중공선성이 존재하는지를 분석한 결과 공차한계(tolerance)의 최저값은 .488, 분산팽창요인(VIF)의 최대값은 1.743으로 산출되어 다중공선성의 문제가 없었다.¹⁾

중학생의 전체 휴대폰 소비행동에 가장 영향을 많이 미치는 변인은 어머니에 의한 소비자교육의 하위영역인 시민의식교육($\beta=.255$)이었으며, 그 다음으로 구매교육($\beta=.132$)이었다. 즉, 어머니에 의한 시민의식교육과 구매교육이 잘 이루어질수록 중학생은 휴대폰 소비행동을 바람직하게 하는 것으로 드러났으며, 이 모형의 설명력은 13.1%이었다.

휴대폰 소비행동을 구매행동과 사용행동의 하위영역으

1) 공차한계가 0.1보다 작거나, VIF가 10보다 크면 공선성이 존재한다고 볼 수 있다(서의훈, 2005).

〈표 7〉 어머니에 의한 소비자교육이 중학생의 휴대폰 소비행동에 미치는 영향력 분석

변인	구매행동		사용행동		전체 행동	
	b	β	b	β	b	β
가치교육	-.028	-.023	.215	.175*	.075	.071
구매교육	.143	.135	.031	.030	.118	.132*
시민의식교육	.301	.278***	.224	.209**	.234	.255**
상수	2.075		1.802		1.978	
R ²	.077		.123		.131	
F	36.115***		30.163***		32.350***	

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

로 나누어 살펴보면, 구매행동에 가장 영향을 많이 미치는 변인은 어머니에 의한 소비자교육의 하위영역인 시민의식교육($\beta=.278$)이었다. 즉, 시민의식교육이 높을수록 중학생은 휴대폰 구매행동을 잘 하는 것으로 나타났는데 이 모형의 설명력은 7.7%이었다. 다음으로 사용행동에 가장 영향을 미치는 교육은 시민의식교육($\beta=.290$)과 가치교육($\beta=.175$)이었다. 즉, 어머니가 중학생 자녀에게 시민의식교육과 가치교육을 잘 시킬수록 자녀는 휴대폰 소비행동을 바람직하게 하는 것으로 나타났는데 이 모형의 설명력은 12.3%이었다.

그러므로 어머니에 의한 소비자교육이 중학생의 휴대폰 소비행동에 미치는 영향력의 관계에서 어머니에 의한 시민의식교육이 잘 이루어질수록 중학생 자녀는 휴대폰 구매행동을 바람직하게 하였고, 가치교육과 시민의식교육이 잘 이루어질수록 사용행동의 수준이 높아졌으며, 구매교육과 시민의식교육을 잘 시킬수록 전체 휴대폰 소비행동을 바람직하게 한다고 할 수 있겠다. 이로 미루어 보아 청소년의 바람직한 휴대폰 소비행동은 어머니에 의한 소비자교육에 의해 영향을 받으므로 청소년 자녀에게 어머니에 의한 소비자교육의 효과를 극대화시킬 수 있는 방안과 이를 학교교육에서 체계적으로 활용할 수 있도록 소비자교육 프로그램이 제공되어야겠다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 중학생들의 휴대폰 소비행동과 어머니에 의한 소비자교육과의 관계를 알아봄으로써, 이들의 소비행동과 어머니에 의한 소비자교육과의 관련성을 보다 깊이 이해하고, 나아가 중학생의 바람직한 소비생활 교육 방안을 모색하고자 하였다.

연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 중학생의 휴대폰 소비행동은 전반적으로 보통 이상으로 구매행동보다 사용행동을 잘 하였는데 하위영역에서는 A/S 및 교환·환불 행동을 적극적으로 하는 경향이 있으나 구매 시 정보를 수집하고 활용하며 계약하는 행동은 상대적으로 낮았다. 휴대폰 소비행동은 중학생의 성별, 성적, 한 달 용돈이라는 변인에 따라 유의적인 차이가 있는데 즉 남학생이, 중·상위권 성적의 학생이, 한 달 용돈이 적은 학생이 휴대폰 소비행동을 더 바람직하게 하였다.

둘째, 중학생 어머니는 자녀에 대한 소비자교육을 전반적으로 잘 한다고 인식하였는데 구매교육>시민의식교육>가치교육의 순으로 잘 한다고 보았다. 즉 가공식품의 제조일자와 유효기간을 확인 후 사게 하는 등 실질적인 상품구매와 의사결정을 하는 구매교육은 매우 잘 하였으나, 용돈기입장에 지출액과 내용을 정기적으로 기록하게 하는 가치의식에 대한 교육은 상대적으로 낮았다. 어머니에 의한 소비자교육에 영향을 주는 변인은 자녀의 학년, 성적, 한 달 용돈으로 중학생 자녀의 학년이 낮을수록, 학업성적이 높을수록, 한 달 용돈이 적을수록 어머니에 의한 소

비자교육은 잘 이루어지는 편이었다.

셋째, 어머니에 의한 소비자교육이 중학생의 휴대폰 소비행동에 미치는 영향력을 회귀분석 한 결과 휴대폰 소비행동 전체에 영향을 가장 많이 미치는 교육은 시민의식교육과 구매교육이었으며 하위영역인 구매행동에 영향을 주는 교육은 시민의식교육이었고 사용행동에 영향을 미치는 교육은 가치교육과 시민의식교육이었다. 즉 어머니에 의한 시민의식교육과 구매교육이 잘 될수록 중학생은 휴대폰과 관련된 소비행동을 바람직하게 하였고, 시민의식교육이 잘 이루어질수록 구매행동을 바람직하게 하였으며, 가치교육과 시민의식교육을 잘 할수록 사용행동이 바람직하게 되었다. 이러한 결과로 보아 어머니에 의한 소비자교육 중 시민의식교육이 자녀의 휴대폰 소비행동 전체 및 하위영역인 구매와 사용행동에 영향을 가장 많이 주었으므로 이러한 교육이 강화되어야겠다.

이상의 연구결과를 통한 결론 및 제언은 다음과 같다.

첫째, 중학생은 휴대폰 사용행동보다 구매행동 수준이 낮으므로 휴대폰 소비교육 시에는 이러한 점을 고려하여 실제적인 구매에 유용한 교육이 되도록 실천적 교육 프로그램을 제공하도록 한다. 가정교과에서 휴대폰을 교재로 소비자교육을 하는 경우 교육내용은 정보수집 및 활용, 정보에 대한 판단, 계약, 요금, 기기관리, 행태 등의 구매와 사용행동과 관련한 소비행동을 다룰 수 있겠다. 교육 프로그램의 개발 시에는 휴대폰 소비행동이 미약했던 여학생, 하위권 성적, 한 달 용돈이 많은 학생 집단을 감안하여 구성하여야 하며 세심한 지도가 요구된다. 2007년 개정교육과정에서는 ‘소비생활 관련 주제를 통합적으로 구성하여 역할놀이, 소규모토론 활동, 실천적 추론, 다양한 사례를 통하여 소비자문제를 해결하는 방법을 다루도록’(교육과학기술부, 2008)하고 있으므로 휴대폰을 교육 소재로 실천적이고 통합적인 소비자교육 프로그램을 개발한다면 소비자교육 효과가 더욱 향상되어 바람직한 소비자를 육성할 수 있을 것이다.

둘째, 중학생의 휴대폰 소비행동은 어머니에 의한 소비자교육이 영향을 미치므로 어머니에 의한 소비자교육을 질적으로 향상시키고 어머니의 교육효과를 학교와 연계하

여 체계화시킨다면 그 효과가 극대화될 것이다. 부모소비자교육은 자녀의 학교, 지역사회 소비자단체 및 공공기관, 인터넷과 TV 등을 포함하는 대중매체 등의 다양한 채널을 통하여 제공할 수 있겠다. 어머니에 의한 소비자교육은 자녀가 중학교 3학년, 용돈이 많거나, 하위권 성적인 경우는 상대적으로 잘 이루어지지 않았으므로 부모소비자교육 프로그램의 구성 시는 이를 감안한 지도방법 등이 제시되어야겠다. 아울러 어머니의 교육효과를 활용하기 위해서는 체계적인 소비자교육이 가능한 학교교육에서 가정과 연계한 교육 프로그램을 구성하여 학교와 가정이 상호작용할 수 있는 쌍방향적인 소비자교육이 되도록 한다.

참고문헌

장효근(1998). 어머니 소비행태가 청소년 소비자 행동에 미치는 영향. 경기대학교 교육대학원 석사학위논문.

고화정(2007). 어머니의 소비자교육인식 및 소비자기능이 아동의 소비자기능에 미치는 영향. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

교육과학기술부(2008). 중학교 교육과정 해설서(III), 교육부.

곽민주(2004). 청소년의 휴대폰 이용실태와 증독적 이용. 충북대학교 대학원 석사학위논문.

권경자·장상옥(2007). 주체별 소비자교육이 중학생 소비자의 용돈관리 행동에 미치는 영향. 한국가정과교육학회지, 19(4), 153-173.

김선만(2000). 청소년의 이동전화 구매행동에 관한 실증적 연구. 공주대학교 경영행정대학원 석사학위논문.

김시월·김유진(2008). 청소년 소비자의 소비가치와 소비행동과의 관계-이동전화 소비행동을 중심으로-. 대한가정학회지, 46(3), 13-26.

김혜선 외 5명 (2002). 소비자 교육의 이해. 시그마프레스.

박해영(2005). 어머니에 의한 소비자교육이 유아기자녀의 소비자지식에 미치는 영향. 건국대학교 교육대학원 석사학위논문.

박해란(2005). 청소년 소비자의 이동전화 소비에 관한 연구. 건국대학교 교육대학원 석사학위논문.

서의훈(2005). SPSS 통계분석. 자유아카데미.

- 송운선(2004). 어머니의 소비자교육 수준에 따른 초등학교 소비자 행동의 차이. 춘천교육대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 신혜선(1994). 청소년 자녀의 소비자사회화 유형과 소비자능력에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이기춘(1999). 소비자교육의 이론과 실제. 교문사.
- 이승신·류미현·황은애(2004). 소비자교육과 정보. 신정.
- 이재정(1999). 어머니의 소비자교육 인식과 유아의 경제개념 발달과의 관계. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이지선(2005). 청소년 소비자의 휴대전화 소비행동에 관한 연구. 한양대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 임보은(2006). 휴대전화 이용 동기, 만족, 중독간의 관계에 대한 연구. 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 장홍섭(2004). 소비자 보호 및 이해를 위한 현대사회와 소비자. 경북대학교출판부.
- 정재원(2006). 중학생의 가정환경과 휴대전화 중독과의 관계. 아주대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 조영숙(1993). 어머니의 소비자 역할수행이 자녀의 소비자 지식 및 역할태도에 미치는 영향. 전남대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 최비선(2003). 이동전화 사용에 따른 청소년의 과소비와 또래 집단과의 동조성향에 관한 연구. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 편혁미(2003). 청소년들의 휴대폰 사용동기에 대한 연구. 경희대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 황광민(2004). 중학생의 휴대폰 사용, 불안 및 학교생활 적응과의 관계. 경남대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 仲間 廣美·花城梨枝子(2006). 高校生の携帯電話利用傾向と消費者行動および利用マナー. 日本家庭科教育學會誌, 49(3), 181-187.

<국문요약>

본 연구는 중학생의 바람직한 휴대폰 소비생활 교육 방안을 모색하고자 이들의 휴대폰 소비행동과 어머니에 의한 소비자교육과의 관계를 알아보았다. 연구결과, 첫째, 중학생의 휴대폰 소비행동은 전반적으로 보통 이상으로 A/S 및 교환·환불 행동을 가장 잘 하였고, 구매 시 정보를 수집하고 활용하며 계약하는 행동은 다소 낮았는데 사용행동보다 구매행동 수준이 낮았다. 이러한 소비행동은 중학생의 성별, 성적, 한 달 용돈에 따라 유의적인 차이가 났다. 둘째, 중학생 어머니에 의한 소비자교육은 구매교육>시민의식교육>가치교육의 순으로 구매교육은 높은 편이었고, 가치의식에 대한 교육은 낮은 편이었다. 어머니에 의한 소비자교육에 관계하는 변인은 자녀의 학년, 성적, 한 달 용돈이었다. 셋째, 중학생의 휴대폰 소비행동에 영향을 가장 많이 미치는 변인은 어머니에 의한 소비자교육 중 시민의식교육과 구매교육으로 이러한 교육이 잘 이루어질수록 중학생은 휴대폰과 관련된 소비행동을 바람직하게 하였다. 어머니 소비자교육의 영향력이 상대적으로 약한 고학년, 하위권 성적, 한 달 용돈이 많은 중학생의 소비행동을 올바르게 지도하기 위해 학교가 소비자교육의 주체가 되어 소비자교육 프로그램을 실시하고 어머니 소비자교육의 효과를 활용할 수 있도록 학교와 가정이 연계한 쌍방향적 소비자교육이 요망된다.

■ 논문접수일자: 2008년 7월 26일, 논문심사일자: 2008년 8월 1일, 게재확정일자: 2008년 9월 9일