

청소년 소비자의 돈에 대한 태도와 과시소비성향이 비윤리적 소비행동에 미치는 영향

박 명 숙[†]

동국대학교 사범교육대학 가정교육과

The Effects of Adolescent Consumers' Attitudes toward Money and Conspicuous Consumption on Unethical Consumption Behavior in Commercial Transaction

Park, Myung-Sook[†]

Department of Home Economics Education, Dongguk University, Gyeongju, Korea

ABSTRACT

The purpose of this study was to explore the effects of adolescent consumers' attitudes toward money and conspicuous consumption on unethical consumption behavior in commercial transactions. The main survey was conducted targeting 290 middle and high school students. As a result of this research, first in the case of adolescent's attitudes toward money, the symbol for happiness and success was 3.11 and the means of control was 1.77 respectively. The level of conspicuous consumption behavior was 2.75 and the level of unethical consumption behavior scored as passive unethical consumption behavior was 1.38 while the active unethical consumption behavior was 2.10. Second, in the case of the attitude toward money as a means of control, it differentiated according to the level of living and the amount of allowance. Conspicuous consumption behavior differentiated according to the amount of allowance and the father's education. Active unethical consumption behavior showed a difference according to the amount of allowance and the father's education. Multiple linear regression analysis conducted to identify relative effects of the variables that affect unethical consumption behavior, in case of passive unethical consumption behavior, showed that conspicuous consumption($\beta=.23$, $p<.01$) and attitudes toward money as a means of control($\beta=.29$, $p<.001$) with an explanatory power of 18%. In the case of active unethical consumption behavior, showed that sex($\beta=.16$, $p<.05$), father's education($\beta=-.15$, $p<.05$), attitudes toward money as means of control($\beta=.18$, $p<.5$) and conspicuous consumption($\beta=.36$, $p<.001$) with an explanatory power of 26%.

Key words: attitudes toward money, conspicuous consumption, unethical consumption behavior

접수일: 2012년 11월 22일 심사일: 2012년 12월 2일 게재확정일: 2012년 12월 17일

[†]Corresponding Author: Park, Myung Sook Tel: 82-54-770-2269

e-mail: pms@dongguk.ac.kr

This is an Open-Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

I. 서론

오늘날의 소비사회는 성숙한 소비사회로 소비자 권리 못지않게 소비자책임과 소비자윤리가 강조되고 있다. 이러한 사회적 요구는 학교 소비자교육 내용에도 반영되어 중·고등학교 기술·가정 교과에 개인소비자의 권리를 추구하는 내용체계에서 보다 발전한 타인을 배려한 공공의 합리성을 추구하는 소비자윤리 교육이 강조되고 있다(Park 2011).

한편 중·고등학교 시기의 청소년들은 과시소비성향은 비교적 높고, 과시소비성향으로 높아진 소비욕구는 청소년 비행을 더욱 심화시킨다는 지적(Rhee & Kim 2012)과 소비자가 물질주의적일수록 상거래에서 비윤리적 판단을 하게 되는 경향이 있다는 연구결과(Muncy & Eastman 1998)는 청소년들의 과시소비성향이 비윤리적 소비행동에 영향을 미칠 수 있음을 짐작하게 한다.

또한 돈에 대한 태도와 관련된 연구결과 돈에 대한 태도가 현시적 소비에 직접적인 관계가 있고(Furnham 1984; Hong 2005; Nam & Kim 2008; Tang 1995; Yamauchi & Templer 1982), 돈을 감정충족의 도구와 성공의 척도로 여기는 유형은 소비행동에 충동적, 과시적, 체면 중시적 성향이 반영되어 있다는 연구결과(Baek & Joung 1998)를 볼 때 중·고등학교 학생들이 돈에 대한 태도에 따른 과시소비성향과 비윤리적 소비행동을 살펴보는 것은 의의가 있을 것이다. 연구 결과 이들의 상관관계가 높다면 청소년 소비자의 비윤리적 소비행동만을 문제시할 것이 아니라 이들의 돈에 대한 태도와 과시소비성향에 대한 문제를 소비자 교육내용에 함께 포함해야 하기 때문이다.

윤리적(혹은 비윤리적) 소비행동을 다룬 다수의 연구들에서는 인구통계적 특성들과 관련하여 사회적으로 책임있는 소비자를 규명하기 위한 연구를 수행해 왔으나 인구통계적 특성만으로는 윤리적 소비행동을 규명하기에는 충분치 않은 것으로 제시되고 있다. 특히 개인의 가치는 믿음체계를 통해서 소비자태도를 형성하고 이는 궁극적으로 윤리적 소비행동에 있어서 상당한 영향력을 미치기 때문에 태도나 가치와 관련된 개별 소비자의 특성들

에 대한 논의가 필요하다는 것이다(De Pelsmacker & Janssens 2007).

이러한 맥락에서 본 연구는 청소년 소비자인 중·고등학생들의 인구통계적 특성과 더불어 돈에 대한 태도와 과시소비성향을 개별 소비자의 태도와 가치와 관련된 변수로 보고, 돈에 대한 태도, 과시소비성향과 비윤리적 소비행동과의 관계를 살펴보았다.

소비자 윤리성에 대한 개념은 광범위하나, 본 연구에서는 소비자 윤리성에 대한 개념을 상거래 행위에서의 비윤리적 소비행동으로 제한하여 살펴보았다. 중·고등학교 학생들의 경우 상거래 행위와 관련된 도덕적 가치를 실제 구매상황에서 적용하고 있는지를 파악하는 것이, 관념적 소비자윤리 정도를 파악하는 것보다 소비자윤리의 실천 정도를 비교적 정확하게 파악 할 수 있다고 생각했기 때문이다.

이를 위해 본 연구에서 설정한 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 청소년 소비자의 돈에 대한 태도, 과시소비성향, 비윤리적 소비행동의 일반적 수준은 어떠한가?

연구문제 2. 사회경제적 변수에 따라 청소년 소비자의 돈에 대한 태도, 과시소비성향, 비윤리적 소비행동은 차이가 있는가?

연구문제 3. 청소년 소비자의 비윤리적 소비행동에 영향을 미치는 사회경제적 변수, 돈에 대한 태도, 과시소비성향 변수들의 상대적 영향력은 어떠한가?

II. 이론적 배경

1. 청소년 소비자의 특징

일반적으로 발달 심리학적 측면에서 보면 청소년기란 아동기가 끝나는 약 12세부터 23-24세까지로 사춘기를 기점으로 하여 이후 약 10년간을 포함하는 시기이지만 통상적으로 13-18세의 중·고등학생을 청소년이라 일컫는다. 그런가하면 오늘날의 청소년들은 10대와 20대 초반을 대부분 학교에서 보내기 때문에 교육단계와 일치시켜 청소년

기를 구분하는 것이 바람직하다는 견해로 중학생을 청소년 초기, 고등학생을 청소년 중기, 대학생을 청소년 후기로 구분하고 있기도 하다(Jang 2000). 그러나 대학생은 중·고등학생과는 다른 소비생활양식을 가지고 있다고 판단되기 때문에 본 연구에서의 청소년 소비자는 중·고등학생으로 한정하여 조사하였다.

중·고등학생 시기에 해당하는 청소년은 아동에서 성인으로 이행하는 과도기로 급격한 신체적 변화와 독립성의 확보, 친구관계의 협조와 동일시, 도덕관의 체득 등 자아주체성을 형성하게 되므로 인간발달에 있어서 결정적인 시기이며 개인의 사회화에 있어서 매우 중요한 시기이다(Rhee & Kim 2012). 그러나 이 시기의 청소년은 신체적으로는 성인과 비슷하게 성장하지만 심리적 발달은 미숙하여 신체적 성장과 심리적 성숙의 불균형을 초래한다는 특징이 있다. 이러한 특징은 소비행동에도 반영되어 과소비, 과시소비, 모방소비, 충동소비 등 비합리적인 소비양상을 보일 가능성이 큰데(Hong 2005; Roberts & Jones 2001), 이에 영향을 미치는 요인 중 보다 큰 관심을 기울여야 할 것은 이들의 소비와 관련된 가치이다(Nam & Kim 2008). 소비와 관련된 가치는 일반적인 가치와 마찬가지로 개인의 인지시스템 내에서 안정적인 위치를 차지하면서 개인이 행하는 소비의 모든 측면에 영향을 미쳐 실제 소비행동에 반영되어 나타나는 경향이 있다. 특히 중·고등학생 시기에 학습을 통해 개발되고 형성되는 가치는 성인기까지 그대로 연결되고, 이 시기에 바람직하지 못한 가치가 형성되면 상대적 빈곤감을 극복하기 위한 일탈행위 유발이나 미래의 합리적이고 효율적인 소비기회의 박탈 등의 문제가 발생할 수 있다(Kwon & Rhee 2000). 따라서 중·고등학생 시기에 소비에 대한 올바른 가치를 형성하는 것은 소비자로서의 역량을 키우기 위해 무엇보다 선행되어야 할 요인이다.

2. 돈에 대한 태도

돈에 대한 태도를 측정하기 위한 척도는 크게 돈에 대한 심리적 태도를 측정하기 위한 Yamauchi와 Templer(1982)의 MAS(Money Attitude Scale)와

심리적 차원과 더불어 행동특성까지 측정하기 위한 Furnham(1984)의 MBBS(Money Beliefs and Behaviors Scale), 그리고 돈에 대한 사람들의 윤리적 가치를 측정하기 위한 Tang(1992)의 MES(Money Ethics Scale)와 돈에 대한 상징적 의미를 측정하기 위한 Rose와 Orr(2007)의 척도 등을 들 수 있다. 돈에 대한 태도와 관련된 선행연구에 의하면 돈에 대한 태도는 개인의 인성과 태도에 영향을 미치는 중요한 변수이며(Rallapalli et al. 1994), 비윤리적 행동에 직접적인 영향을 미치는 중요한 변수임(Tang 2005)을 설명하고 있다. 또한 Vitell 등(2007)의 연구에서는 돈에 대한 윤리성이 강한 사람일수록 의문의 여지를 가진 채 소비자행동(questionable consumer behavior)을 할 가능성이 많다는 결론을 내리고 있다. 돈에 대한 태도와 관련된 국내 연구는 대부분 돈에 대한 태도는 성공과 권력의 상징수단이며 타인에게 인정받기 위한 수단, 미래 안전의 도구, 인색함과 불신감 태도, 감정 충족 도구의 하위 변수화되어 연구되었다(Kim & Lee 2002; Hong 2005).

돈은 소비생활을 하는 중요한 수단으로 우리 생활에 필요한 도구이다. 그러나 삶의 질에 영향을 미치는 것은 돈의 절대적 크기 못지 않게, 돈에 대한 태도도 중요하다. 같은 크기의 돈이라 하더라도 돈에 대한 태도에 따라 소비에 대한 만족도는 달라질 수 있기 때문이다. 따라서 돈에 대한 바람직한 태도를 형성하여 자신의 욕구를 통제할 수 있도록 하는 소비자 교육은 중요하며, 이러한 교육은 저학년 때 이루어질수록 내재된 가치관을 형성할 수 있으므로 학습효과가 클 것으로 생각된다.

3. 과시소비성향

중·고등학생 시기는 가치관이 명확히 정립되지 않은 상황에서 소비를 조장하는 내적, 외적 환경에 쉽게 노출되어 있어, 과시소비와 같은 문제시되는 소비행동이 나타나기 쉽다. 특히 이 시기는 대중매체에 큰 영향을 받는 시기이므로 스타연예인들을 동조대상으로 삼아 이들을 준거점으로 한 과소비나 과시소비, 모방소비 등을 반복하기 쉽다. 이 중에서도 과시소비가 보다 심각하게 여겨지는 이유는 중·고등학생들의 과시소비성향이

사회적으로 만연됨에 따른 잘못된 가치관이 청소년소비자문제로 비약되는 사례가 많기 때문이다(Rhee & Kim 2012). 중·고등학교 시기에는 또래 집단의 영향력이 큰 시기로 잘못된 과시소비는 서로에게 영향을 미치면서 또 하나의 잘못된 과시적 소비문화를 형성해나갈 가능성이 크다. 더구나 이 시기에는 자신이 속한 집단과 동일시되는 재화(혹은 브랜드)를 얻지 못했을 경우는 상대적 박탈감과 소외감 등으로 이어지고 이는 또 다른 청소년문제로 연결될 개연성도 높다.

4. 비윤리적 소비행동

소비사회가 성숙해지면서 소비자의 도덕적 책임이 소비자 권리 못지않게 강조되고 있다(Kim 2004; Shin 2000; Song & Je 2006; Vitell & Muncy 2005; Rallapalli et al. 1994). 특히 청소년 소비자인 중·고등 학생들의 소비자로서 갖는 도덕성은 앞으로 성인기의 소비태도로 굳어질 가능성이 높기 때문에 이 시기의 올바른 소비자로서의 윤리성을 갖추는 것은 미래의 건전한 소비사회를 형성하기 위해 중요하다.

소비자들의 비윤리적 소비행동에 대한 선행연구 결과(Kim 2004; Kim & Lee 2004; Shin 2000)에 의하면 20대가, 그리고 초등학교 졸업자가 다른 그룹에 비해 양심적인 소비 행동을 보였으며, 불법성은 고교 졸업자가 가장 많이 행하는 것으로 나타났다. 또한 직업에 따라서는 가정주부가 불법성과 기만성이 가장 높았고, 유형별로는 여성이 남성보다, 나이가 많은 그룹이 소비행동에서 비윤리형이 많았고, 오히려 교육수준이 낮은 사람들이 윤리적인 것으로 나타났는데, 이는 많은 시사점을 가져다준다.

비윤리적 소비행동을 측정하기 위한 척도와 관련된 연구(Shin 2000; Vitell & Muncy 1992; Vitell & Muncy 2005)에 의하면 소비자들의 비윤리적 소비행동은 다음의 다섯 가지 유형으로 구분된다. 첫째, 소비자 스스로 불법적인 행동을 함으로써 적극적으로 이익을 얻는 경우, 둘째, 판매자들의 실수로 소비자가 이익을 얻는 경우, 셋째, 다른 사람의 비용지출로부터 이익을 얻는 경우, 넷째, 꼭 불법적인 행동이라고는 할 수 없지만 비윤리적 행

동을 함으로써 이익을 적극적으로 얻는 경우, 그리고 다섯째, 자신의 이런 행동으로 인해 다른 사람이 피해를 보지 않는다고 판단하고 이익을 받아들이는 경우이다. 특히 Vitell과 Muncy(1992)는 비윤리적 소비행동과 관련된 그들의 초기 연구에서 비윤리적 소비행동을 ‘능동적 불법행위’, ‘수동적 기만행위’, ‘비양심적 행위’, 그리고 ‘사회적 묵인 불법행위’ 4개의 하위영역으로 분류하였으나, 이후 이들의 소비자윤리성에 대한 척도를 수정 개발한 연구(2005)에서는 위의 4개 영역에 ‘재활용과 환경문제 인식’ 요인을 포함한 후 이를 ‘다운로드/위조상표 구매’, ‘재활용과 환경에 대한 인식’ 그리고 ‘상거래에서의 바른 행위’ 3개의 영역으로 구분함으로써 기존 연구에 환경문제와 관련된 소비자 비윤리성을 포함하여 비윤리적 소비행동 개념을 확장하였다.

5. 돈에 대한 태도, 과시소비성향과 비윤리적 소비행동과의 관계

윤리적(혹은 비윤리적) 소비행동을 다룬 다수의 연구들에서는 인구통계적 특성들과 관련하여 사회적으로 책임있는 소비자를 규명하기 위한 연구를 수행해 왔다. 그러나 소비자 개인의 가치는 믿음체계를 통해서 소비자태도를 형성하고 이는 궁극적으로 윤리적 소비행동에 있어서 상당한 영향력을 미치기 때문에 인구통계적 특성뿐만 아니라 태도나 가치와 관련된 개별 소비자의 특성들에 대한 논의가 필요하다(De Pelsmacker & Janssens 2007). 이러한 맥락에서 본 연구는 청소년 소비자인 중·고등학생들의 돈에 대한 태도와 과시소비성향을 개별 소비자의 태도와 가치와 관련된 변수로 보고, 청소년 소비자의 태도와 가치 관련 변수인 돈에 대한 태도, 과시소비성향과 비윤리적 소비행동과의 관계를 조사하였다.

III. 연구방법

1. 자료수집과 분석

본 연구는 청소년 소비자인 중·고등학생들을 대상으로 이들의 돈에 대한 태도와 과시소비성향

이 상거래 행위에서의 비윤리적 소비행동에 미치는 영향을 조사하였다. 조사대상은 청소년 소비자를 대표한다고 생각되는 중학교 2학년과 고등학교 2학년 남녀 학생들이다. 예비조사는 2011년 3월 8일부터 14일 까지 경북 지역 중학교 2학년 30명, 고등학교 2학년 30명을 임의 표집하여 조사하였다. 예비조사 결과를 바탕으로 각 척도의 신뢰도 및 타당도를 검토하여 본 조사에 적합한 설문지를 구성하였다. 본 조사는 2011년 3월 17일부터 27일 까지 경북지역 중학교 2개교와 인문계 고등학교 2개교를 임의 표집하여 설문조사를 실시하였다. 총 290부의 표본이 모집되었으나 부실기재라고 판단된 자료를 제외한 231부가 최종 분석 자료로 사용되었다. 자료 분석은 SPSS for windows 19.0프로그램을 이용하였다. 분석방법은 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's α , 빈도, 퍼센트, 평균, 표준편차, 요인분석, t-검증, 일원분산분석, Duncan의 다중범위검증과 다중회귀분석 등의 통계방법을 사용하였다.

2. 척도구성

본 연구를 위한 설문지는 청소년 소비자의 돈에 대한 태도와 과소비 성향, 비윤리적 소비행동을 측정하기 위한 척도로 구성되었다. 척도의 타당도를 검증하기 위해 각 척도별 요인분석을 실시하였고, 신뢰도 검증을 위해서는 Cronbach's α 계수를 사용하였다.

1) 돈에 대한 태도

돈에 대한 태도란 돈이 가지고 있는 몇 가지 상징적 의미에 대해 개인이 지속적으로 갖는 느낌이라고 할 수 있다. 돈에 대한 태도를 측정하기 위해 선행연구(Hong 2005; Kim 2003)를 참고하여 총 11 문항의 5점 리커트 척도로 구성하였다. 요인분석 결과 두 개의 요인이 추출되었다. 요인 1은 '돈이 있어야 행복할 수 있다.', '돈은 성공의 상징이다' 등의 6개의 문항으로 구성되어 이를 '행복과 성공의 상징'으로 명명하였다. 점수가 높을수록 돈을 행복과 성공의 상징 수단으로 인식하고 있는 것으로 해석할 수 있다. 신뢰도 분석 결과 Cronbach's α 값

Table 1. The results of factor and reliability analysis with regard to monetary attitude

Variables/factors	Symbol of happiness & success	Means of control
Money is very important for living.	.804	
Money is necessary for happiness.	.786	
Money is a symbol for success.	.760	
It is believed that everything can be solved through money.	.741	
The most important thing in life is money.	.699	
Money is a means for helping others.	.483	
Money is thought of as a means to compare me with other friends.		.830
I often control friends with money.		.798
I feel proud at the sight of poor friends.		.718
I feel that I'm inferior to friends with a lot of money.		.672
I think money can make friends.		.505
Eigen value	3.36	2.66
Explained total variation	30.51	54.73
Cronbach' α	0.825	0.760
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)	0.848	
Bartlette χ^2	820.430***	

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

은 0.83이다. 요인 2는 ‘친구들과 비교하기 위한 수단’, ‘친구들을 통제하는 수단’ 등의 4개의 문항으로 구성되었으며 이를 ‘통제 수단’으로 명명하였다. 점수가 높을수록 돈을 통제수단으로 생각하는 태도가 높은 것으로 해석할 수 있다. 신뢰도 분석 결과 Cronbach’s α 값은 0.76으로, 요인 1과 요인 2모두 척도의 신뢰도는 인정되었다(Table 1).

2) 과시소비성향

과시소비성향을 측정하기 위해서는 Hong(2005) 과 Richins와 Dawson(1992) 의 연구를 참고로 하여 총 5문항의 5점 리커트 척도로 구성하였다. 점수가 높을수록 과시 소비성향은 높은 것으로 해석된다. 타당도 검증을 위하여 요인분석한 결과 한 개의 요인으로 구성되었고, 신뢰도 검증 결과 Cronbach’s α 값은 0.79이다(Table 2).

Table 2. The results of factor and reliability analysis for conspicuous consumption

Variables/factors		Factor1
Conspicuous consumption	I purchase fake goods which mimic the design of famous brand or trademark.	0.871
	I want to buy expensive goods which others recognize.	0.823
	I take account of brands when I choose clothing.	0.811
	It is good for famous brands to be located where they can be noticed.	0.695
	I prefer imported goods to domestic goods regardless of the quality.	0.440
Eigen value		2.77
Explained total variation		55.40
Cronbach’ α		0.789
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)		0.800
Bartlette χ^2		370.941

Table 3. The results of factor and credibility analysis for unethical consumption behavior

Variables/factors		Passive UCB	Active UCB
Unethical consumption behavior (UCB)	I exchange the tags on goods.	0.929	
	I drink beverages without paying money.	0.890	
	When the seller doesn’t know the price without the tags, I say the price is low.	0.721	
	I say it’s more expensive than the next store without asking.	0.533	
	I pretend not to notice after damaging goods in shop.		0.801
	I don’t say anything after taking more change.		0.699
	I exchange goods which were harmed by me when going to the shop or company.		0.635
	I rip off the wrapping from goods and go out without paying for them.		0.613
I lie about my age in order to pay a lower entrance fee.		0.443	
Eigen value		2.67	2.49
Explained total variation		29.71	57.40
Cronbach’ α		0.811	0.699
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)		0.819	
Bartlette χ^2		770.854***	

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

3) 비윤리적 소비행동

본 연구에서의 비윤리적 소비행동이란 상거래 과정에서 불법적이고 도덕적이지 못한 소비행동을 의미하는 것으로, Vitell과 Muncy(1992, 2005a)의 연구와 Kim(2004), Shin(2000), Song과 Jae(2006)의 연구를 참고하여 총 9문항의 5점 리커트 척도로 구성하였다. 점수가 높을수록 비윤리적 소비행

동을 많이 하는 것으로 해석할 수 있다. 요인분석 결과 2개의 요인으로 추출되었다. 요인 1은 ‘상품에 붙은 가격표를 바꿔 부친다.’, ‘물어보지도 않고 옆집보다 비싸다고 말한다.’ 등의 4개 문항으로 구성되어 있어서 이를 ‘소극적 비윤리 행동’이라고 명명하였다. 신뢰도 검증결과 Cronbach’s α 값은 0.81이다. 요인 2는 ‘물건을 망가뜨리고 모른 척한다.’, ‘거스름돈을 더 받은 것을 알아도 말하지 않는다.’ 등 5개의 문항으로 구성되어 있어서 이를 ‘적극적 비윤리 행동’으로 명명하였다. 신뢰도 검증결과 Cronbach’s α 값은 0.70이다(Table 3).

Table 4. General characteristics of the respondents (N=231)

	Variables	Frequency(%)
Grade	Middle school	100(42.7)
	High school	131(56.9)
Sex	Male	130(56.3)
	Female	101(43.7)
Credit	High	36(15.6)
	Moderate	145(62.8)
	Low	49(21.2)
Standard of living	High	28(12.1)
	Moderate	166(71.9)
	Low	36(15.6)
Allowance methods	Occasional	126(54.5)
	Regular	103(44.6)
Allowance amount	< 30,000won	99(42.9)
	30,000won - 50,000won	84(36.4)
	> 50,000won	48(20.8)
Father's education	<High school	123(53.2)
	Junior college	18(7.8)
	University	76(32.9)
	>Graduate school	11(4.8)
Father's occupation	Specialized job	45(19.5)
	Office job	53(22.9)
	Technical job	87(37.7)
	Service job	42(18.2)
	Housewife	2(0.9)
Mother's education	<High school	162(70.1)
	Junior college	11(4.8)
	University	49(21.2)
	>Graduate school	5(2.2)
Mother's occupation	Specialized job	18(7.8)
	Office job	28(12.1)
	Technical job	10(4.3)
	Service job	64(27.7)
	Housewife	109(47.2)

3. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 Table 4와 같다. 중학생이 42.7%, 고등학생이 56.9%의 비율을 보이고 있다. 성별은 남학생이 56.3%, 성적은 ‘중’, 생활수준은 ‘보통’이라고 응답한 비율이 각각 62.8%, 71.9%로 높은 비율을 보였다. 용돈 받는 방법은 비정기적으로 받는 경우가 54.5%를 차지하였고, 용돈의 크기는 3만원 미만이 42.9%로 가장 높은 비율을 보였다. 아버지와 어머니 학력은 고졸이 각각 53.2%, 70.1%로 가장 높은 비율을 보였으며, 아버지 직업은 기술직이 37.7%, 어머니 직업은 전업 주부가 47.2%로 가장 높은 비율을 보였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 돈에 대한 태도, 과시소비성향, 비윤리적 소비행동의 일반적 수준

청소년 소비자의 돈에 대한 태도, 과시소비성향 그리고 비윤리적 소비행동의 일반적 수준을 알아보기 위해 평균과 표준편차를 이용하였다. 돈을 ‘행복과 성공의 상징’으로 생각하는 태도는 3.11 점(5점 만점)으로 중간 점수를 상회하는 반면, ‘통제수단’으로 생각하는 태도는 1.77점으로 낮은 점수를 보였다. 이러한 결과는 중·고·대학생들의 돈에 대한 태도를 조사한 결과 돈을 선호하고 좋은 것으로 보는 경향이 매우 높다는 Hong(2005)의 연구와, 거주 지역에 따른 청소년의 돈의 의미를 조사한 연구에서 거주지역에 상관없이(소도시, 수도

권) 돈을 안전에 대한 의미로 받아들인다는 Nam과 Kim(2008)의 연구와도 같은 맥락의 결과라고 볼 수 있다.

과시소비성향 수준을 살펴본 결과 전체 평균점수는 2.75점으로 중간점수를 밑돌고 있어, 이들의 과시소비성향 수준은 그렇게 높다고 볼 수는 없다. 이는 중·고등학생의 과시소비성향을 조사한 You 등(2004)연구에서 이들의 과시소비성향이 2.47점(5점 만점) 정도를 보여 중간정도의 수준을 보였다

는 연구와 일치하는 결과이다. 항목별로는 ‘다른 사람이 인정해 주는 비싼 물건을 사고 싶다’는 것이 3.31점으로 가장 높고, ‘품질에 상관없이 외제품을 선호 한다’는 항목은 2.21점으로 가장 낮아 청소년들이 자기 과시를 위해 ‘비싼 물건’에 대한 선호는 있으나, 무조건 외제품을 선호하는 것은 아니라는 것을 알 수 있다.

비윤리적 소비행동의 일반적 수준은 ‘소극적 비윤리 행동’의 경우 1.38점, ‘적극적 비윤리 행동’

Table 5. Adolescent consumers' general tendency regarding their monetary attitude, conspicuous consumption, and unethical consumption behavior

Variables/factors		Mean(SD)	
Symbol of happiness & success	Money is very important for living.	3.65(1.08)	3.11 (0.80)
	Money is necessary for happiness.	3.31(1.07)	
	Money is a symbol for success.	3.30(1.20)	
	It is believed that everything can be solved through money.	2.61(1.13)	
	The most important thing in life is money.	2.64(1.10)	
Means of control	Money is a means for helping others.	3.15(1.00)	1.77 (0.72)
	Money is thought of means to compare me with other friends.	1.54(0.90)	
	I often control friends with money.	1.42(0.73)	
	I feel proud at the sight of poor friends.	1.74(1.03)	
	I feel that I'm inferior to friends with a lot of money.	2.23(1.15)	
Conspicuous consumption	I think money can make friends.	1.94(1.15)	2.75 (0.82)
	I purchase fake goods which mimic the design of famous brands or trademark.	2.32(1.06)	
	I want to buy expensive goods which others recognize.	3.31(1.12)	
	I take account of the brands when I choose clothing.	3.01(1.16)	
	It is good for famous brands to be located where can be noticed.	2.89(1.17)	
Passive unethical consumption behavior	I prefer imported goods to domestic goods regardless of the quality.	2.21(1.09)	1.38 (0.60)
	I exchange the tags on goods.	1.20(0.56)	
	I drink beverages without paying money.	1.28(0.63)	
	When the seller doesn't know the price without the tags, I say the price is low.	1.38(0.79)	
Active unethical consumption behavior	I say it's more expensive than the next store without asking.	1.66(0.93)	2.10 (0.80)
	I pretend not to notice after damaging goods in shop.	2.01(1.13)	
	I don't say anything after taking more change.	2.55(1.37)	
	I exchange goods which which were harmed by me when going to the shop or company.	1.96(1.10)	
	I rip off the wrapping from goods and go out without paying for them.	2.12(1.31)	
	I lie about my age in order to pay a lower entrance fee.	1.87(1.07)	

의 경우 2.10점으로 전체적으로는 이들의 비윤리적 소비행동 수준은 낮은 점수를 보이고 있으나, ‘소극적 비윤리 행동’보다는 ‘적극적 비윤리 행동’의 점수가 상대적으로 높게 나타났다. 항목별로는 ‘소극적 비윤리 행동’의 경우 ‘물어보지 않고 옆집보다 비싸다고 말한다’가 상대적으로 높았고(1.66점), ‘적극적 비윤리 행동’의 경우 ‘거스름돈을 더 받은 것을 알아도 말하지 않는 경우’가(2.55점) 상대적으로 높은 점수를 보였다.

2. 사회경제적 변수에 따른 돈에 대한 태도, 과시소비성향과 비윤리적 소비행동

사회경제적 변수에 따른 돈에 대한 태도, 과시소비성향, 비윤리적 소비행동과의 관계를 보기 위해서 t-검증과 일원분산분석 그리고 집단간 차이를 보기 위한 Duncan의 다중범위검증을 실시하였다(Table 6).

분석결과 돈을 ‘통제 수단’으로 생각하는 태도의 경우 생활수준($p<.05$)과 용돈의 크기($p<.05$)에 따라서 차이를 보였다. 집단간의 차이는 생활수준의 경우 생활수준이 중간 이상이라고 생각하는 집단과 낮은 집단간에 차이를 보였는데 생활수준이 낮은 집단이, 그리고 용돈의 크기가 5만원이상인 집단에서 돈을 통제 수단으로 생각하는 태도가 높은 것으로 나타났다.

과시소비성향은 용돈의 크기와 아버지 학력에 따라 차이를 보였다. 용돈의 크기가 3만원 미만과 3만원 이상에서 집단간 차이를 보였는데, 용돈의 크기가 클수록 과시소비성향은 높은 것으로 나타났다($p<.001$). 용돈의 액수가 클수록 과시소비성향이 높은 것은 선행연구결과(You et al. 2004)와도 일치하는데, 이러한 결과는 돈에 대한 올바른 사용(혹은 소비의 본질)과 관련된 소비자 교육 내용이 강조되어야 함을 제시해준다. 아버지 학력인 경우는 아버지 학력이 대학을 졸업한 경우가 다른 집단에 비해 과시소비성향이 높은 것으로 나타났다($p<.01$).

비윤리적 소비행동과 사회경제적 변수와의 관계는 비윤리적 소비행동 중 ‘적극적 비윤리행동’만이 용돈의 크기와 아버지 학력에 따라 차이를 보였다. 용돈의 크기가 3만원 미만과 5만원 이상

에서 차이를 보였는데, 용돈의 크기가 큰 집단이 적극적 비윤리 행동의 점수가 높은 것으로 나타났다. 용돈의 크기가 큰 집단이 적극적 비윤리 행동 수준이 높게 나타난 것은 성인을 대상으로 소비자 비윤리 행동을 연구한 Kim(2004)의 연구에서 소득수준이 높은 집단이 다른 집단보다 적극적인 불법행동을 하는 경향이 높다는 것과 같은 결과로 해석할 수 있다. 그러나 기혼여성을 대상으로 조사한 Song과 Jae(2006)의 연구에서 소득이 낮을수록 비윤리적인 상거래 행동을 하는 경향이 높고, 청년층(고등학생과 대학생)을 대상으로 상거래 윤리를 조사한 Shin(2000)의 연구에서 양심의 가책 기준에서 볼 때 비윤리적 소비자 집단이 윤리적 소비자 집단에 비해 용돈의 크기가 작은 것으로 나타난 것과는 대조적인 결과를 보인다. 이러한 대조적 결과는 Song과 Jae(2006)의 연구의 경우, 조사대상이 기혼여성인데 비해 본 연구의 조사대상이 중·고등학생이라는 점, 그리고 기혼여성의 소득수준 변수와 중·고등학생의 용돈수준 변수를 같은 소득수준의 개념으로 생각할 수 없다는 것과 같은 차이에 기인한 것으로 생각되지만 이와 관련해서는 향후 연구에서 확인이 필요하다고 생각된다.

아버지의 학력에 따른 차이는 아버지의 학력이 고등학교 졸업이거나, 대학원 이상일 경우가 전문대학이나 대학 졸업자 보다 적극적 비윤리 행동 점수는 높은 것으로 나타났다($p<.01$).

3. 비윤리적 소비행동에 영향을 미치는 변수들의 상대적 영향 요인

조사 대상자들의 비윤리적 소비행동에 영향을 미치는 변수들의 상대적 영향력을 파악하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 다중회귀분석을 위한 독립변수들 간의 다중공선성을 검사하기 위해 공차한계치(tolerance)와 분산팽창요인(VIF)을 조사하였다. 일반적으로 공차한계치가 0.1이하이거나 분산팽창요인이 10이상일 경우 다중공선성이 발생할 가능성이 높은 것으로 볼 수 있는데, 검사 결과 공차한계(tolerance)가 .82이상으로 나타났고 VIF지수는 2.73이하로 나타나 다중공선성은 문제가 없는 것으로 판단되었다.

Table 6. Adolescent consumers' money attitude, conspicuous consumption, and unethical consumption behavior according to demographic variables

	Variables	N	symbol of happiness & success	means of control	passive UCB	active UCB	conspicuous consumption
Grade	Middle school	63	2.82	1.55	1.28	1.92	2.45
	High school	168	3.22	1.85	1.42	2.17	2.86
	t value		-3.436	-2.890	-1.645	-2.132	-3.482
Sex	Male	130	3.14	1.83	1.43	2.04	2.82
	Female	101	3.08	1.70	1.32	2.18	2.66
	t value		0.544	1.300	1.320	-1.243	1.422
Credit	High	36	2.98	1.77	1.51	2.12	2.67
	Moderate	145	3.19	1.80	1.34	2.06	2.76
	Low	49	2.96	1.71	1.43	2.22	2.78
	F value		2.097	0.288	1.359	0.699	0.234
Standard of living	High	28	3.21	1.89 ^{ab}	1.55	2.26	2.96
	Moderate	166	3.05	1.69 ^a	1.35	2.07	2.69
	Low	36	3.30	2.02 ^b	1.40	2.12	2.87
	F value		1.715	3.680 [*]	1.374	0.727	1.734
Allowance methods	Occasional	126	3.07	1.74	1.39	2.09	2.66
	Regular	103	3.17	1.83	1.38	2.13	2.85
	t value		-0.871	-0.934	0.178	-0.362	-1.792
Allowance amount	Under 30,000won	99	2.99	1.62 ^a	1.32	1.93 ^a	2.52 ^a
	30,000won - under 50,000won	84	3.21	1.85 ^{ab}	1.37	2.16 ^{ab}	2.84 ^b
	More than 50,000won	48	3.20	1.95 ^b	1.54	2.34 ^b	3.05 ^b
	F value		2.041	4.243 [*]	2.160	4.576 [*]	8.017 ^{***}
Father's education	High school graduate	123	3.09	1.72	1.34	2.18 ^b	2.69 ^b
	College graduate	18	2.71	1.43	1.19	1.61 ^a	2.14 ^a
	University graduate	76	3.25	1.89	1.43	2.06 ^{ab}	2.97 ^b
	Grad school graduate	11	2.97	1.91	1.77	2.20 ^b	2.89 ^b
	F value		2.396	2.483	2.594	2.888 [*]	5.847 ^{**}
Father's occupation	Specialized job	45	3.24	1.79	1.42	2.18	2.62
	Office job	53	3.13	1.77	1.41	2.04	2.81
	Technical job	87	3.09	1.75	1.34	2.09	2.71
	Service job	44	3.04	1.78	1.39	2.08	2.86
	F value		0.379	0.070	0.694	0.196	0.911
Mother's education	High school graduate	162	3.08	1.77	1.38	2.14	2.76
	College graduate	11	3.00	1.44	1.39	1.91	2.76
	University graduate	49	3.19	1.81	1.34	2.00	2.74
	Grad school graduate	5	3.83	2.28	2.10	2.40	2.80
	F value		1.652	1.715	2.499	0.792	0.010
Mother's occupation	Specialized job	18	3.29	1.92	1.54	2.26	2.67
	Office job	28	3.33	1.66	1.38	2.33	2.94
	Technical job	10	2.90	1.71	1.60	1.68	2.46
	Service job	64	3.11	1.70	1.32	2.08	2.82
	Housewife	109	3.05	1.84	1.38	2.07	2.71
F value		1.042	0.786	0.815	1.453	0.904	

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

다중회귀분석 결과 소극적 비윤리 행동에 영향을 미치는 변수로는 돈을 ‘통제수단’으로 생각하는 태도와 ‘과소비성향’으로 나타났고 이들 변수들의 설명력은 약 18%로 나타났다. 변수들의 상대적 영향력은 돈을 ‘통제수단’($\beta=0.298$), ‘과소비성향’($\beta=0.238$) 순으로 나타났다(Table 7).

적극적 비윤리행동에 영향을 미치는 변수는 성별, 아버지의 학력, 돈을 통제수단으로 생각하는 태도, 과소비성향으로 나타났고 이들 변수의 설명력은 25%이다. 성별에서는 중학생에 비해 고등학생($\beta=0.164$)이 적극적 비윤리 행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 중학생보다 고등학생이 적극적 비윤리 행동 수준이 높게 나타난 것은 선행 연구 결과(Kim 2004; Park & Kim 2011; Song & Jae 2006)와 같은 맥락에서 해석할 수 있다. 이러한 결과는 학년이 올라갈수록 비윤리적 소비행동을 불법행위로 인식하기보다 하나의 사회적 관행으로 사회적으로 묵인가능 하다고 인식하기 때문인 것으로 보인다. 이러한 해석을 뒷받침해주는

것으로 Park과 Kim(2011)의 연구를 들 수 있다. 10대에서 40대 이상의 소비자를 대상으로 ‘영화파일의 불법 다운로드를 결정하는 요인’을 조사한 이들의 연구에 의하면 불법적인 영화파일 다운로드에 따른 도덕적 비용과 법적인 비용이 파일 다운로드에 큰 영향을 미친다는 증거를 찾을 수 없고, 이미 불법적인 파일 다운로드가 만연하여 도덕적 규범이 행동에 큰 영향을 미치지 못하는 상태에 있다는 결론을 내리고 있다. 또한 기혼 여성을 대상으로 비윤리적 상거래 행동을 조사한 Song과 Jae(2006)의 연구에서도 30대 보다는 40대가 비윤리적 상거래 행동을 많이 하는 것으로 나타났는데, 이러한 결과도 연령이 많을수록 도덕적 비용 지불에 무감각해 양심의 가책을 덜 느끼기 때문에 나타난 결과라고 생각한다. 아버지 학력은 고등학교 졸업인 경우가 적극적 비윤리 행동은 높은 것으로 나타났고($\beta=-0.152$), 돈을 통제수단으로 생각하는 태도일수록($\beta=0.178$), 과소비성향($\beta=0.363$) 수준이 높을수록 적극적 비윤리 행동 수준은 높은

Table 7. Relative influence of variables on adolescent consumers' unethical consumption behavior

Variables	Passive UCB	Active UCB
	B(β)	B(β)
Grade(middle school)	0.005(0.011)	0.019(0.032)
Sex(male)	-0.030(-0.024)	0.262(0.164)*
Credit	-0.010(-0.010)	0.037(0.028)
Standard of living	-0.065(-0.057)	-0.087(-0.058)
Allowance methods	-0.080(-0.065)	-0.048(-0.030)
Allowance amount	0.028(0.035)	0.097(0.094)
Father's education(high school graduate)	0.025(0.043)	-0.117(-0.152)*
Father's occupation	-0.011(-0.019)	-0.049(-0.063)
Mother's education	0.003(0.005)	-0.019(-0.022)
Mother's occupation	-0.029(-0.062)	-0.061(-0.101)
Symbol of happiness & success	-0.090(-0.118)	-0.007(-0.007)
Means of control	0.259(0.298)***	0.202(0.178)*
Conspicuous consumption	0.177(0.238)**	0.351(0.363)***
R ²	0.184	0.255
corrected R ²	0.132	0.208
F-value	3.544***	5.384***

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

것으로 나타났다. 이들 변수의 상대적 영향력은 과시소비성향, 돈을 통제수단으로 생각하는 태도, 성별, 아버지 학력 순으로 나타나, 과시소비성향이 비윤리적 행동에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 비윤리적 상거래 행동에 영향을 미치는 변수 중 영향력 있는 변수가 물질주의 성향이라고 밝힌 Muncy와 Eastman(1998)의 연구와 Song과 Jae(2006)의 연구와 같은 결과를 보이는 것이다. 중·고등학생들은 표면적으로는 남에게 보이기 위한 혹은 과시하기 위한 소비 욕구는 높으면서도, 소비행동에 있어서는 정직하지 못한 비윤리적 소비를 행하는 면이 있음을 추론해볼 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 청소년 소비자를 대표한다고 생각되는 중학교 2학년과 고등학교 2학년 남녀학생들을 대상으로 이들의 돈에 대한 태도와 과시소비성향이 비윤리적 소비행동에 미치는 영향을 조사하였다.

본 연구의 주요 연구 결과에 따라 다음과 같은 결론을 제시할 수 있다. 첫째, 조사 대상자들의 돈에 대한 태도, 과시소비성향, 비윤리적 소비행동의 일반적 수준을 살펴본 결과, 돈에 대한 태도의 경우 행복과 성공의 상징은 3.11점으로 중간점수를 약간 상회하는 반면, 통제수단은 1.77점으로 중간점수 보다 낮은 점수를 보였다. 따라서 중·고등학생들은 돈을 통제 수단으로 생각하기보다 행복과 성공의 상징으로 생각하고 있음을 알 수 있다.

또한 과시소비성향 수준의 평균점수는 2.75점으로 중간점수를 밑돌고 있어 이들의 과시소비성향 수준은 그렇게 높다고 볼 수는 없다. 그동안 많은 연구에서 청소년 소비자의 일반적 특징으로 모방소비, 충동소비와 더불어 과시소비를 제시해왔으나 이에 대해서도 재고해 봐야 할 것이다. 이러한 결과는 그동안 소비자교육 등을 통해 청소년 소비자의 과시소비에 대한 문제점 등이 많이 거론되었고 그 결과 소비행동의 변화가 일어난 것은 아닌가 하는 긍정적인 생각을 해볼 수 있으나 이와 관련해서는 지속적인 연구를 통해 확인할 필요가 있다.

비윤리적 소비행동의 일반적 수준은 소극적 비윤리 행동의 경우 1.38점, 적극적 비윤리 행동의 경우 2.10점으로 전체적으로 이들의 비윤리적 소비행동 수준은 낮은 점수를 보이고 있으나, 소극적 비윤리 행동보다는 적극적 비윤리 행동의 점수가 상대적으로 높게 나타났다. 이러한 결과는 청소년 소비자들이 상품의 가격표를 바꿔 부치는 등의 소극적 비윤리 행동은 잘 하지 않지만, 거스름돈을 더 받은 것을 알아도 말하지 않는 등의 적극적 비윤리 행동을 하는 경향은 높다는 결론을 내릴 수 있다. 이는 청소년 소비자들이 적극적 비윤리 행동을 범법 행위로 생각하는 것이 아니라 사회적으로 관행될 수 있는 행동이라고 생각하기 때문인 것으로 생각된다. 따라서 어떤 형태의 비윤리 행동이라도 사회적으로 묵인될 수 없음을 교육 내용에 포함하여 강조해야 할 것이다.

둘째, 사회경제적 변수에 따른 돈에 대한 태도, 과시소비성향, 비윤리적 소비행동과의 관계를 분석한 결과 돈을 통제 수단으로 생각하는 태도의 경우 생활수준($p<.05$)과 용돈의 크기($p<.05$)에 따라서 차이를 보였다. 과시소비성향은 용돈의 크기와 아버지 학력에 따라 차이를 보였는데, 용돈의 크기가 3만원 미만과 3만원 이상에서 집단간 차이를 보였고 용돈의 크기가 클수록 과시소비성향은 높은 것으로 나타났다($p<.001$). 청소년 소비자의 경우 용돈의 크기가 크다는 것은 자유재량액이 크다는 것이고, 이 경우 과시를 위한 소비성향은 높게 나타나는 것으로 결론내릴 수 있다. 즉 용돈의 크기가 3만원 미만의 경우 과시소비성향이 없다가 보다 자유재량액이 적기 때문에 과시를 위한 소비성향이 낮게 나타난 것으로 해석할 수도 있다. 따라서 청소년 소비자들에게는 용돈의 의미와 용돈 사용에 대한 지침 등을 통해 올바른 소비의 의미를 가르쳐야 할 것이다. 비윤리적 소비행동과 사회경제적 변수와의 관계는 비윤리적 소비행동 중 적극적 비윤리 행동만이 용돈의 크기와 아버지 학력에 따라 차이를 보였다. 용돈의 크기가 3만원 미만과 5만원 이상에서 차이를 보였는데, 용돈의 크기가 큰 집단이 적극적 비윤리 행동의 점수가 높은 것으로 나타났다. 또한 아버지의 학력에 따른 차이는 아버지의 학력이 고등학교 졸업이거나,

대학원 이상일 경우가 전문대학이나 대학 졸업자보다 적극적 비윤리 행동 점수는 높은 것으로 나타났다($p < .01$). 아버지의 학력이 대학 졸업자의 경우 적극적 비윤리 행동 점수가 높은 것은 고등학교 졸업자의 경우나 대학원 졸업자의 경우는 대학 졸업자에 비해 상대적으로 학력에 대한 타인의 의식 정도가 높고 그에 따라 비윤리 행동에 대한 통제정도가 높은 것이라고 추정해보지만 현재의 자료로서는 학력에 대한 타인의 의식정도에 관한 정보를 포함하고 있지 않기 때문에 이해 대해서는 추후의 연구에서 확인이 필요하다.

셋째, 비윤리적 소비행동에 영향을 미치는 변수들의 상대적 영향력을 파악하기 위해 중회귀분석을 실시한 결과 소극적 비윤리 행동에 영향을 미치는 변수로는 돈을 통제 수단으로 생각하는 태도와 과소비성향으로 나타났다 이들 변수들의 설명력은 약 18%로 나타났다. 변수들의 상대적 영향력은 돈을 통제 수단($\beta = 0.298$)으로 생각하는 태도, 과소비성향($\beta = 0.238$) 순으로 나타났다. 적극적 비윤리 행동에 영향을 미치는 변수는 성별, 아버지의 학력, 돈을 통제 수단으로 생각하는 태도, 과소비성향으로 나타났다 이들 변수의 설명력은 25%이다. 이들 변수의 상대적 영향력은 과소비성향($\beta = 0.363$), 돈을 통제 수단으로 생각하는 태도($\beta = 0.178$), 성별($\beta = 0.164$), 아버지 학력($\beta = 0.152$) 순으로 나타나, 과소비성향이 비윤리적 행동에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상의 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 청소년 소비자의 비윤리적 소비행동에 영향을 미치는 변수들의 상대적 영향력을 분석한 결과 소극적 비윤리 행동과 적극적 비윤리 행동 모두 돈을 통제수단으로 생각하는 태도와 과소비성향이 설명력 있는 변수로 나타났다. 따라서 소비자 윤리성에 대한 교육은 소비윤리에만 초점을 맞춰서 교육할 것이 아니라 돈에 대한 태도를 어떻게 가지는 것이 바람직한 것인지, 또한 과소비성향과 관련하여 소비의 목적은 무엇이며, 소비를 왜 하는지에 대한 소비의 본질(혹은 소비의 진정성)과 관련된 교육 내용이 포괄적으로 포함되어

야 할 것이다.

둘째, 본 연구는 특정지역의 중·고등학교 학생들을 대상으로 조사하였으므로, 연구결과를 일반화 시키는 데는 무리가 있으나, 조사지역의 청소년을 대상으로 교과활동/비교과활동을 통한 소비자교육을 실시할 때 이러한 연구 결과를 적용시켜 교육내용을 구성하는 것은 의미가 있을 것으로 생각된다.

셋째, 본 연구는 상거래 행위에서의 불법적이고 도덕적이지 못한 행동을 비윤리적 소비행동으로 정의하고 이에 대해 조사하였다. 그러나 청소년 소비자들의 소비윤리 수준을 폭넓게 평가하기 위해서는 보다 포괄적 개념으로서의 윤리적 소비행동인 소비의 사회적 책임 인식이나 적극적인 절제와 나눔 등 다음 세대를 고려한 소비와 같은 높은 윤리의식 차원에 초점을 둔 연구도 수행해야 할 것이다.

참고문헌

- Baek EY, Joung SH(1998) An analysis of the type of attitudes toward money and expenditure behavior. *J Korean Home Economics Association* 36(3), 47-61.
- Chae JS, Kim JS, You DR, Kim JH, Park MS(2008) Consumer education, in the consumer sovereignty era. *Shinjung*, Seoul.
- De Pelsmacker P, Janssens W(2007) A model for fair trade buying behavior: the role of perceived quantity and quality of information and of product specific attitudes. *J Business Ethics* 75(4), 361-380.
- Furnham A(1984) Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Personality and Individual Differences* 5(5), 501-509.
- Hong YG(2009) A case study of ethical consumer in Korea. The catholic university doctoral thesis.
- Hong YG, Song IS(2008) A study of cases of ethical consumption in the analysis of purchasing motives of environmentally-friendly agriculture products. *Korean J Consumption Culture* 11(3), 23-42.
- Hong YG, Song IS(2010) A case study of ethical consumer in Korea. *Korean J Consumption Culture* 13(2), 1-25.
- Hong ES(2005) A study on the money attitudes and the spending behaviors by middle, high, and college students - comparison by adolescent stage and sex. *J Korean Home Manag Assoc* 23(5),

- 103-121.
- Jang HS(2000) Psychology of the youth. Hakjisa, Seoul.
- Jae MK, Seo JH, Kim YO(2004) College students' consumer non-ethics and related factors. J Korean Living Sci Association 13(6), 891-901.
- Kwon MW, Rhee KC(2000) A study on differences of consumer values among adolescent consumers groups. Korean J Youth Studies 7(1), 169-193.
- Kim SY, Park MS(2011) A study on the purchasing motivation and satisfaction towards the ethical products for married women. Korean J Consumption Culture 14(4), 95-118.
- Kim JH(2004) Consumers' non-ethics behaviors depending on their demographic characteristics. J Korean Living Sci Assoc 13(3), 417-424.
- Kim JH, Lee EH(2004) Relationships between consumer non-ethics and interaction with salespersons. J Korean Home Economics Assoc 41(5), 165-178.
- Lee EH(1999) The propensity for conspicuous consumption of adolescent consumer and its related factors. J Korean Home Manag Assoc 17(1), 15-32.
- Muncy JA, Eastman JK(1998) Materialism and consumer ethics: An exploratory study. J Business Ethics 17, 137-145.
- Nam SJ, Kim JR(2008) Meaning of money and consumption life satisfaction of teen consumers in a small town and a metropolitan area. Korean J Consumption Culture 11(3), 192-211.
- Park HJ, Kim SH(2011) Determinants of illegal file-sharing of motion pictures. Korean J Consumption Culture 14(4), 1-20.
- Park MS(2011) Consuming life education for community in the consumption 4.0 era. Proceedings of the 2011 Winter Korean Home Economics Education Association Conference, 77-89.
- Rallapalli KC, Vitell SJ, Wiebe FA & Barnes JH(1994) Consumer ethical beliefs and personality traits: An exploratory analysis. J Business Ethics 13, 487-495.
- Rhee KC, Kim JE(2012) Consumer education : theory and practice. Kyomunsa, Paju.
- Richins ML, Dawson S(1992) A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. J Consumer Res 19(3), 303-316.
- Roberts JA, Jones E(2001) Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among american college students. J Consumer Affairs 35(2), 213-240.
- Rose GM, Orr L(2007) Measuring and exploring symbolic money meaning. Psychology & Marketing 24(9), 743-761.
- Shin SH(2000) Ethic analysis in purchasing behavior of the young consumers. J Consumer Stud 11(3), 153-168.
- Song IS, Jae MK(2006) Materialism and unethical business transactions of married women. Korean J Consumption Culture 9(3), 185-206.
- Song IS(2005) A study on the ethical dimension and contents of consumption. J Consumer Studies 16(2), 37-55.
- Tang TLP(1995) The development of a short money ethic scale: attitudes toward money and pay satisfaction revisited. Personality & Individual Differences 19(6), 809-816.
- Vitell SJ, Muncy J (1992) Consumer ethics: an empirical investigation of factors influencing ethical judgments of the final consumer, J Business Ethics 11, 585-597.
- Vitell SJ, Muncy J(2005) The Muncy-Vitell consumer ethics scale: a modification and application. J Business Ethics 62, 267-275.
- Vitell SJ, Singh JJ, Paolillo J(2007) Consumers' ethical beliefs: the roles of money, religiosity and attitude toward business. J Business Ethics 73, 369-379.
- Yamauchi KT, Temper DL(1982) The development of a money attitude scale. J Personality Assessment 46(5), 522-528.
- You DR, Park YM, Ham HJ(2004) The propensity for conspicuous consumption of middle school and high school students. Korean J Consumption Culture 7(1), 23-46.