

학교 소비자교육이 중학생의 휴대전화 소비행동에 미치는 영향

이진화* · 오경화**1) · 채진미***

중앙대학교 교육대학원 교육학과 가정교육전공* · 중앙대학교 가정교육학과** · 한성대학교 의류패션 산업전공***

The Influence of School Consumer Education on Cellular Phone Consumption Behaviors of Middle School Students

Jin Hwa Lee* · Kyung Wha Oh**1) · Jin Mie Chae***

*Major in Home Economics Education, Graduate School of Education, Chung-Ang University**

*Department of Home Economics Education, Chung-Ang University***

*Major in Apparel Fashion & Business, Hansung University****

Abstract

The purpose of this study is to investigate the relation among adolescents' school consumer education, cell phone consumption behavior and satisfaction with cell phone consumption life. Finally, this study aims to find right ways for leading to adolescents' reasonable consumption life and improving the school consumer education. A survey was conducted to the second grade students 430 of middle school residing in Seoul and the Capital area.

As the result of examining the relation among school consumer education, consumption behavior, and consumption life satisfaction, the learning of 'information analysis and decision making process' has a positive effect on 'reasonable purchase and active problem-solving' behavior, and the learning of 'consumption culture' on 'active problem-solving and ethic use' behavior, the learning of 'problem-solving and rights and responsibilities' on 'ethic use' behavior. In addition, it shows that 'ethic usage behavior' in consumption behavior has a positive influence on 'relation satisfaction', and 'reasonable purchase' behavior and 'active problem-solving' behavior on 'practical usage satisfaction'.

Key words: school consumer education, cellular phone, consumption behavior, consumption life satisfaction

1) 교신저자: Oh, Kyung Wha, 84 Heuksukro, Dongjak-gu, Seoul, 156-756, Republic of Korea
Tel: 02-820-5381, Fax: 02-826-4243, E-mail: kwhaoh@cau.ac.kr

I. 서론

1. 연구의 필요성

정보화 시대로 급속도로 성장하고 있는 현대사회 속에서 우리는 생활환경의 많은 변화를 느끼고 체험하고 있다. 특히 정보화 사회의 필수품으로 자리 잡은 휴대전화는 보급률 102.4%를 기록하면서 2010년에는 국내 이동통신 가입자가 전체 인구수를 넘어섰다(방송통신위원회, 2010). 이는 휴대전화의 음성과 문자를 통한 통신기능뿐만 아니라 DMB, MP3, 게임, 소셜결제, 인터넷, 카메라 등 다양한 기능을 보유하게 되면서 활용범위가 확대되었기 때문이다.

휴대전화의 다양한 기능은 청소년의 소비욕구를 불러 일으켜 청소년의 휴대전화 보급률도 함께 증가되고 있는데 통계청(2009)의 조사결과 중학생 82%, 고등학생 93%가 휴대전화를 사용하고 있는 것으로 밝혀졌다. 청소년 10명 중 8~9명 이상이 사용하면서 청소년의 생활필수품으로 자리매김 되었다고 볼 수 있다. 특히 최근에 출시되고 있는 스마트폰(Smart phone)은 본인이 원하는 애플리케이션을 구매하여 이용할 수 있고, 다양한 SNS를 통해 기존 인맥 및 비특정 타인과의 관계를 보다 쉽게 형성할 수 있기 때문에 청소년 자신을 표현하는 수단인 동시에 또래관계 유지 수단으로써 청소년의 소비욕구를 더욱 자극시키고 있다.

그러나 휴대전화 사용이 늘어남에 따라 휴대전화 구매시 계약에 대한 정보부족, 충분한 계약서 확인의 부족으로 인한 불공정한 거래 문제와 휴대전화 사용시 부모 동의 없는 요금 충전 및 결제, 요금 과다 청구, 학교에서는 수업 중 사용 등의 문제점들이 발생하고 있다. 실제로 이지선(2005)과 한국 소비자보호원(2004)의 연구에 의하면 부모동의 없이 요금 충전한 청소년이 68.2%이고, 휴대전화 요금 과다로 인하여 부모와 갈등을 경험한 청소년이 61.3%로 나타났다. 이는 부모가 자녀의 휴대전화 요금을 대신 납부하게 되면서 청소년 스스로가 휴대전화 요금에 대한 경제관념이 부족해졌기 때문이다. 이정숙과 명신영(2007)은 수업 중에 휴대전화를 사용한 청소년이 54.3%고, 청소년 스스로 수업과 공부에 방해되고, 집중하기 어렵다는 점을 단점으로 인식하고 있다고 하였다.

이처럼 청소년기에 고착된 잘못된 소비자특성은 성인기로 연장되기 때문에 청소년기부터 휴대전화 소비에 대한 교육을 통하여 합리적인 소비자로서의 역할과 가치관을 확립시켜야 한다.

교육과 소비행동에 관한 연구들을 보면 소비자교육이 청소년의 합리적인 소비행동에 영향을 미친다는 결과들이 보고되었다. 이기춘(2000)은 학교 소비자교육을 통하여 가장 효율적으로 합리적이고 바람직한 소비생활의 가치관을 형성할 수 있음을 설명하였고, 학교 소비자교육 중에서 가장 중요한 비중을 차지하고 있는 ‘기술·가정’교과에서 실제 생활에서 실천 가능한 내용을 제공해야 한다고 밝혔다. 따라서 ‘기술·가정’교과의 소비자교육을 통하여 학교 소비자교육이 청소년의 합리적인 휴대전화 소비생활에 어느 정도 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다. 지금까지 청소년의 소비자교육과 휴대전화 소비에 관한 연구로는 휴대전화 사용실태, 휴대전화 중독, 소비자교육과 소비행동 등이 있다. 그러나 ‘기술·가정’교과의 소비자교육과 청소년의 휴대전화 소비행동의 상관관계를 살펴봄으로써, 학습한 소비자교육이 실제 소비생활에서 실천되는지와 청소년의 휴대전화 소비행동이 휴대전화 소비생활 만족도에 어떻게 영향을 미치는지에 알아보는 연구가 미흡하다.

이에 본 연구에서는 ‘기술·가정’교과의 소비자교육과 청소년의 휴대전화 소비행동, 청소년의 휴대전화 소비행동과 휴대전화 소비생활 만족도의 관계에 대해 분석해 보고자 한다. 이를 통하여 합리적인 소비자로서 부족한 소비자교육 내용을 밝히고, 최종 소비생활의 만족도까지 높일 수 있는 실질적인 소비자교육의 방향을 모색하여, 개선 방향을 제시하는데 목적을 둔다.

2. 연구문제

본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

<연구문제1> 학교 소비자교육이 청소년의 휴대전화 소비행동에 미치는 영향을 밝힌다.

<연구문제2> 청소년의 휴대전화 소비행동이 휴대전화 소비생활 만족도에 미치는 영향을 밝힌다.

II. 이론적 배경

1. 학교 소비자교육

소비자교육에 대한 정의는 학자들마다 다양하지만, 대부분 공통적으로 가치관의 의식, 비판의식, 의사결정능력 및 소비자시민으로서의 역할 이해와 수행능력을 강조하고 있다(이기춘, 김외숙, 2008). 즉 소비자교육은 합리적인 소비생활을 위하여 소비자능력을 개발시키는 교육이라고 할 수 있다. 현대 사회에 들어 발생하고 있는 다양한 소비자문제를 해결하고, 자원의 효율적인 관리를 위하여 소비자교육에 대한 필요성이 대두되고 있다. 특히, 청소년소비자는 부모의 영향권에서 벗어나기 시작하면서 또래집단의 영향을 많이 받고, 과시·모방·충동·과소비 등과 같은 비합리적인 소비행동을 표출하기 때문에 더욱 체계적인 소비자교육이 중요하다.

학교 소비자교육은 교육목표가 수립되고 교육내용이 설정되기 때문에 단계적, 체계적, 지속적인 교육을 할 수 있고, 학교라는 제도적인 틀 속에서 인간 발달 단계에 따라 조직적이고 효율적인 소비자교육이 가능하다(이기춘, 2000). 그리고 동등한 교육기회가 제공되기 때문에 학생 개인의 소비행동과 기능을 양성하는데 가장 효율적으로 교육을 행할 수 있다.

일반적으로 중학교의 소비자교육은 기술·가정, 사회, 도덕교과에서 다루지고 있다. 그 중에서 기술·가정교과는 2007교육과정에서 개정되면서 중1학년 ‘청소년의 소비생활’단원에서 소비자교육을 하고 있다. 기술·가정교과는 ‘청소년기의 소비 특성을 이해하여 자신의 소비 생활을 평가하고 바람직한 소비생활을 실천한다(교육과학기술부, 2008).’는 목표를 세우고, ‘청소년기 소비행동의 특성, 청소년 소비자의 의미와 역할, 소비자 정보의 활용, 구매의사결정, 소비자 주권, 건전한 소비생활 가치관’에 관한 내용을 다루어 청소년들이 지속가능한 삶을 고려한 소비생활을 할 수 있는 소양을 기르는데 중점을 두고 있다. 그리고 2007개정 교육과정에서는 특히 ‘실천적 문제해결과정, 지속가능한 삶, 진로교육’을 강조하였는데 이연숙(2010)의 12종 교과서 ‘청소년의 소비생활’단원을 분석한 연구에 따르면 교과서마다 반영 정도와 내용, 형태는 다르지만 지속가능한 삶을 고려한 소비생활은 12종, 진

로교육은 9종, 실천적 문제해결과정은 8종 교과서에 반영되어 비교적 반영비율이 높은 것으로 나타났다.

심하연(2009)은 중학교 소비자교육의 효과를 분석하기 위하여 기술·가정 ‘청소년과 소비생활’단원을 중심으로 수업 내용 인식정도, 교과서 내용요구도, 수업만족도, 소비자지식, 소비행동에 대하여 분석하였다. 수업내용 인식과 내용 요구도의 측정 문항은 한국소비자원(2004)의 소비자교육 내용 모형을 바탕으로 제7차 중2 가정교과서 5종, 조소연(2005)의 연구를 참고하였고, 소비자정보의 수집과 분석, 구매의사결정과 구매·사용, 소비자문제의 해결, 소비자주권과 소비자참여, 소비문화와 트렌드 총 5영역으로 구성하였다. 연구 결과, 수업 내용 인식도, 교과서 내용 요구도, 수업만족도가 높을수록 바람직한 소비행동이 향상되었지만, 소비자지식과 소비행동은 상관관계가 없는 것으로 나타나 학생들의 소비자교육 요구를 반영하여 실생활에 적용시킬 수 있는 내용의 도입이 필요하다고 밝혔다.

이승신, 류미현과 정승은(1998)은 청소년의 소비자능력을 ‘소비자지식, 소비자태도, 소비자기능’으로 구분하고, 이들이 과시소비에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 연구결과, 소비자지식, 소비자태도, 소비자기능이 높을수록 과시소비를 적게 하는 것으로 나타나 청소년의 과시소비를 감소시키는 방안으로 소비자능력을 향상시키기 위하여 실제적인 소비자교육이 필요하다고 하였다. 최정희(2002)는 중학생의 소비자교육이 소비자의식과 행동에 미치는 영향에 대해 분석한 결과, 소비자의식은 학교와 가정에서 소비자교육을 많이 받을수록, 학교에서의 소비자교육의 요구도가 높을수록 소비자의식 수준이 높다고 하였다.

이상의 선행연구를 통하여 학교 소비자교육이 청소년의 소비생활에 미치는 교육적 효과와 그에 따른 소비자교육의 필요성을 확인하였지만, ‘기술·가정’교과의 소비자교육 내용을 구체적으로 분석하여 청소년의 교육 내용에 대한 인지수준을 살펴본 연구가 부족하였다. 이에 본 연구에서는 기술·가정 교과 소비자교육 내용의 인지수준을 분석하고자 2007개정 중1 가정교과서 12종 ‘청소년과 소비생활’에서 제시하고 있는 내용과 심하연(2009)의 수업내용 인식도 측정문항을 바탕으로, 구매의사결정단계에 따른 합리적인 구매활동을 위해 필요한 정보분석 및 활용에 대한 교육내용, 구매 후 발생하

는 문제에 대처하는 방법에 대한 교육내용, 소비자의 권리와 책임에 관한 교육내용, 바람직한 소비문화를 형성하기 위한 교육내용으로 구성하였다.

2. 청소년의 휴대전화 소비생활

1) 휴대전화 소비행동

소비행동은 구매, 사용, 소비하는 태도와 구매결정을 위한 정보수집, 제품의 비교·검토, 소비자의 심리까지 포함하는 포괄적인 개념이다. 청소년 소비자는 부모의 영향권에서 벗어나기 시작하면서 또래집단의 영향을 더 많이 받게 되고, 전통적인 가치관과 새로운 가치관 사이에서 혼돈함에 따라 자신의 위치와 역할에 대하여 갈등을 겪게 된다(이기춘 외, 2008). 이로 인해 과소비, 모방소비 등과 같은 비합리적인 소비행동을 보이기도 한다. 그러나 청소년기는 소비자사회화의 과정에 있어서 결정적인 시기로, 이 때 형성된 소비행동은 성인이 되어서도 영향을 미치게 된다. 그렇기 때문에 청소년기부터 올바른 소비가치관과 바람직한 소비행동의 기틀을 마련할 수 있도록 적절한 소비자교육이 이루어져야 한다.

권미화와 이기춘(2000)은 청소년 소비자의 소비행동의 합리성에 영향을 미치는 요인에 대해 분석하기 위하여, 소비행동을 '구매, 사용, 처분'행동으로 구분하였다. 연구결과, 세 하위영역 중에서 사용행동을 가장 합리적으로 하고, 차이는 크지 않지만 구매행동이 가장 낮게 나타났다. 구매행동 중에서도 계획수립, 정보수집 및 활용 등을 잘하지 못하는 것으로 나타났는데, 이 행동들이 구매행동의 합리성을 높이는 가장 중요하기 때문에 이에 대한 교육과 교육효과를 높이기 위한 모의체험 기회를 주어야 한다고 밝혔다. 김시월과 김유진(2007)은 청소년의 소비가치와 휴대전화 소비행동의 관계를 분석하기 위하여, 휴대전화 소비행동을 '계획, 구매, 사용, 처분'행동으로 구분하였다. 연구결과, 과시형 소비가치일수록 자신의 취향에 따른 구매수준과 휴대전화 구매가격, 월평균 요금, 광고·친구의 휴대전화 구매·새로운 디자인과 기능에 높은 교체욕구를 느끼는 것으로 나타났다. 이와 같이 과시적 소비가치는 바람직하지 못한 소비행동으로 연결될 가

능성이 크기 때문에 이런 소비가치를 지양하도록 하는 교육이 필요하다는 것을 시사하고 있다. 이지선(2005)은 청소년의 휴대전화 소비행동을 분석하기 위하여 '합리적 소비행동과 비합리적 소비행동'으로 구분하고, 합리적 소비행동의 하위영역을 계획구매, 정보탐색, 정보활용, 비합리적 소비행동은 충동소비, 모방소비, 과소비로 다시 분류하였다. 연구결과, 여학생보다는 남학생 휴대전화 사용이 없는 학생일수록, 학업성적이 높을수록 합리적인 소비행동을 하고, 고등학생이 중학생보다 정보탐색을 잘하고, 중학생일수록 과소비와 모방소비를 하는 것으로 나타났다. 이를 통하여 휴대전화를 사용하는 학생들과 저학년인 학생들에게 집중적으로 올바른 휴대전화 사용교육이 필요하다는 것을 알 수 있다.

소비자교육과 청소년의 소비행동에 관한 연구를 살펴보면, 조현주와 최동숙(2002)은 청소년의 구매행동과 관련된 변인에 대해서 분석하였다. 연구결과, 학교 소비자교육을 많이 받은 청소년 집단일수록 합리적인 구매행동을 하고, 구매행동을 두 하위영역인 구매 전, 구매 후로 나뉘었을 때 유의한 차이가 있는 것으로 나타나 합리적인 소비행동에 대한 학교 소비자교육의 영향력을 강조했다. 권경자과 장상욱(2007)은 주체별 소비자교육이 중학생의 용돈관리 행동에 미치는 영향에 대해 분석한 결과, 학교와 대중매체 소비자교육 정도가 높을수록 용돈관리 행동의 하위요인 '계획, 실행, 평가' 모두 향상되었고, 가정 소비자교육은 '평가'에 영향을 미치는 것으로 나타나, 주체별 소비자교육들을 상호 연계시켜 실시하여 교육효과를 높여야 한다고 하였다. 정미정과 이연숙(2007)은 청소년의 학교 소비자 교육의 인지수준이 소비행태에 미치는 영향을 분석한 연구결과, 소비자지식수준이 소비행태에 미치는 영향력이 낮고, 금전관리 지식만이 소비행동의 금전관리, 권유머리증, 자원 활용 행태에 영향을 미친다고 하였다. 이는 학생들이 인지한 지식내용을 제대로 활용하지 않고 있어 학교 소비자교육의 실효성이 낮아 소비자 교육의 개선이 필요한 것으로 나타났다. 심하연(2009)은 중학교 소비자교육의 효과를 분석하기 위하여 청소년의 소비행동을 3단계 '정보활용 기능을 포함한 구매 전 과정, 구매과정, 불만처리 행동을 포함한 구매 후 과정'으로 구분하였다. 연구결과, 수업 내용 인식도, 교과서 내용 요구도, 수업 만족도가 높을수록 바람직한 소비행동을 하는 것으로 나타났지만 소비행동 계획과 계

획 후 평가, 불만표시 등의 행동이 바람직하지 않은 것으로 나타나 구매의사결정과 피해 시 해결방안에 대한 교육을 강화하여 교육시켜야 한다고 하였다.

김영주(2008)는 어머니의 소비자교육과 중학생의 소비행동의 관계를 분석하기 위하여 소비자교육은 ‘가치, 구매, 시민의식’ 교육, 휴대폰 소비행동은 ‘구매와 사용’행동으로 구분하였다. 그리고 구매행동을 계획, 정보수집활용, 구매, 계약, A/S·교환·환불의 5가지 하위영역, 사용행동을 요금, 기기, 행태 3가지 하위영역으로 다시 분류하였다. 연구결과, 구매행동보다 사용행동을 잘하고, 하위영역에서 A/S·교환·환불과 요금이 높은 것으로 나타나 구매 후 서비스를 요구하는 행동과 요금과 관련 행동을 잘하고 있었다. 그리고 어머니의 시민의식교육이 휴대전화 소비행동에 가장 영향을 많이 미치는 것으로 나타나 학교와 가정의 연계 가능한 소비자교육이 이루어져야 한다고 밝혔다.

이상의 선행연구를 통하여 소비자교육이 청소년의 합리적인 소비행동에 영향을 주기 때문에 체계적인 학교 소비자교육을 주축으로 소비자교육을 강화시켜야 한다는 것을 알 수 있다. 그러므로 본 연구에서는 휴대전화의 소비행동을 휴대전화를 구매하고 소비하는데 나타나는 행동특성으로 보고, 김영주(2008)의 연구를 참고로, 구매계획 및 구매에 관련된 정보탐색이나 계약에 관한 문항, 구매 후 능동적인 문제해결에 관한 문항, 윤리적 사용에 관한 문항으로 구분하고, 학교에서 시행하고 있는 ‘기술·가정’교과의 소비자교육이 청소년의 휴대전화 소비행동에 미치는 영향을 보고자 하였다.

2) 휴대전화 소비생활 만족도

소비자는 제품이나 서비스를 구매할 때, 어떤 기대를 갖게 된다. 구매 후 사용경험을 바탕으로 이러한 기대가 얼마나 잘 일치했느냐 아니면 불일치했느냐에 따라 만족과 불만족이 나타난다(박세범, 박종오, 2009). 그리고 만족상태에 따라 차후 재구매의 여부를 결정하기 때문에 소비자만족은 중요한 개념이다.

지금까지의 소비자만족에 대한 연구를 살펴보면, 정보탐색이 소비자만족에 미치는 영향에 대한 연구가 많이 진행되어 왔다. 김소라(1997)는 컴퓨터 구매행동에 대한 소비자만족

연구 결과, 컴퓨터 구매경험, 사용경험, 교육경험이 많고, 독립적 정보를 많이 탐색한 소비자 일수록 구매 후에 만족도가 높음을 밝혔다. 서승연(1998)은 주부가 가전제품을 구매할 때, 정보탐색을 많이 할수록 구매 후 만족도가 높은 것으로 나타났다고 밝혔다. 이은희(1982)의 소비자정보가 구매의사 결정 합리성과 만족도에 미치는 영향에 대한 연구결과, 제품 정보를 많이 활용할수록 구매의사결정 합리성과 소비자만족도가 높게 나타났다.

휴대전화의 만족도와 관련된 연구를 살펴보면, 김현주(2007)는 소비자의 삶을 8영역으로 구분하였고, 각각의 삶의 영역에 대한 휴대전화의 인지된 효과가 휴대전화에 대한 전반적인 삶의 질에 영향을 미친다고 밝혔다. 특히 삶의 영역 중에서 인간관계와 관련된 사회적 삶, 가족생활, 애정생활의 영향력이 큰 것으로 나타나 이에 대한 만족도 관리가 중요하다고 하였다. 안현희(2005)의 연구결과, 청소년의 휴대전화 실생활 만족도가 높고, 만족 이유로는 비상연락, 친분관계유지를 선택한 비율이 높게 나타났다. 이지선(2005)은 휴대전화 사용시 도움이 되는 정도를 측정한 결과, 청소년들은 급한 약속변경, 의사소통, 놀이기능으로 사용할 때 도움을 느낀다고 하였다. 이정숙과 명신영(2007)는 청소년이 어디서나 연락가능한 점과 친구들과의 친밀감 조성을 휴대전화의 장점으로 생각한다고 하였다. 이를 통하여, 청소년들이 휴대전화를 생활 속의 연락수단으로써 휴대전화의 기능적 측면에 가장 많이 만족하는 것을 알 수 있다. 지금까지 휴대전화의 만족도는 휴대전화 실태에 관한 연구의 측정 문항에 포함되어 연구되었기 때문에 휴대전화 소비만족도에 대한 구체적인 연구가 미흡하다.

이상의 선행연구를 통하여 정보탐색과 정보활용 태도가 소비만족도에 영향을 미치고(김소라, 1997; 서승연, 1998; 이은희, 1982), 휴대전화의 인간관계에 대한 만족도 관리를 통해서 삶의 질을 극대화 할 수 있다는 것을 알 수 있다(김현주, 2007). 휴대전화를 소비할 때 나타나는 구매 전 정보탐색이나 구매 후 문제 해결행동과 바람직한 사용태도는 휴대전화 소비생활 만족도에 영향을 미칠 것으로 예측된다. 따라서 본 연구에서는 김현주(2007)의 연구를 참고로 하여 휴대전화 소비생활 만족도를 휴대전화의 인간관계에 대한 만족도와 휴대전화 기능의 활용에 대한 만족감으로 구분하고, 청소년의 소

비행동이 청소년의 휴대전화 소비생활 만족도에 미치는 영향을 살펴봄으로써 휴대전화 소비생활의 질을 향상시킬 수 있는 요인들을 밝히고자 한다.

소비행동, 휴대전화 소비행동과 휴대전화 소비생활 만족도의 관계를 살펴보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

III. 연구방법

1. 연구대상

본 연구에서는 2010년부터 학교에 반영된 2007개정 교육 과정에 따라 중학교 1학년 ‘기술·가정’교과의 ‘청소년의 소비생활’단원을 지도한 서울지역 중학교 2개교, 경기지역 중학교 1개교를 선정하였다. 2011년 3월 28일부터 4월 6일까지 선정된 3개교의 중학교 2학년생 430명을 대상으로 실시하였으며, 남학생 316명, 여학생 114명이다. 연구대상의 일반적 특성은 <표 1>과 같다.

2. 분석방법

본 연구의 자료는 SPSS 18.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 연구대상자의 일반적 특성, 휴대전화 소비실태를 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시하였고, 학교 소비자교육, 휴대전화 소비행동, 휴대전화 소비생활 만족도를 살펴보기 위하여 요인분석, 신뢰도분석, 기술통계를 실시하였다. 그리고 학교 소비자교육에 따른 휴대전화 소비행동의 차이를 살펴보기 위하여 t-test를 실시하였고, 학교 소비자교육과 휴대전화

3. 측정도구

본 연구의 측정도구는 학교 소비자교육, 휴대전화 소비행동, 휴대전화 소비생활 만족도에 관한 문항으로 구성되어 있다. 학교 소비자교육, 휴대전화 소비행동, 휴대전화 소비생활 만족도에 관한 질문은 5점 Likert 척도를 사용하여 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점, ‘매우 그렇다’를 5점으로 부여하였다.

1) 학교 소비자교육

2007개정 중1 가정교과서 12종 ‘청소년과 소비생활’단원 분석과 심하연(2009)의 수업내용 인식도 측정문항을 참고하여 12문항으로 구성하였다. 5점 Likert 척도를 사용하여 점수가 높을수록 학교 소비자교육 인지수준이 높다는 것을 의미한다. 요인분석을 실시한 결과, 3개의 요인이 추출되었고, 총 누적변량은 67%이다. 학교 소비자교육의 ‘정보분석 및 구매의사결정’요인은 구매의사결정단계에 따른 합리적인 구매활동을 위해 필요한 정보분석 및 활용에 대한 문항으로 구성되었고, ‘문제해결 및 권리와 책임’은 구매 후 발생하는 문제에 대처하는 방법과 소비자의 권리와 책임, ‘소비문화’는 바람직한 소비문화를 형성하기 위한 물자절약과 환경문제, 용돈관리 방법에 대한 문항으로 구성되었다. 각 요인들의 신뢰도 검증을 한 결과 Cronbach's α 값이 문제해결 및 권리와 책임 .861, 정보분석 및 구매의사결정 .845, 소비문화 .792로 <표 2>와 같다.

<표 1> 연구대상의 일반적 특성

구분		N	%	구분			
성별	남	316	73.5	가 계 월 소 득	100만원 미만	18	4.2
	여	114	26.5		100만원 이상~200만원 미만	68	15.8
학업성적	상위권	208	48.4		200만원 이상~300만원 미만	125	29.0
	중위권	140	32.6		300만원 이상~400만원 미만	106	24.7
	하위권	82	19.0		400만원 이상~500만원 미만	55	12.8
					500만원 이상	58	13.5

〈표 2〉 학교 소비자교육의 요인분석 및 신뢰도검사

요인	문항내용	요인 적재치	고유치	분산(%) 누적분산	신뢰도
문제 해결 및 권리와 책임	수업시간에 효과적인 불만제시방법(서면, 전화, 대면, 접촉 등)에 대한 내용과 실천 방법에 대해 배운 적이 있다.	.774	5.705	26.492 (26.492)	.861
	수업시간에 제조물 책임법과 리콜제도 등 소비자 안전과 관련된 법과 제도에 대해 배운 적이 있다.	.753			
	수업시간에 소비자피해 및 분쟁 해결 시 활용할 수 있는 제도와 기관에 대해 배운 적이 있다.	.721			
	수업시간에 기업모니터링, 소비자패널, 인터넷 정보생산 등 각종 새로운 소비자 참여방식과 실천방법에 대해 배운 적이 있다.	.718			
	수업시간에 소비자주권의 의미, 권리와 책임의 개념과 중요성에 대해 배운 적이 있다.	.677			
정보 분석 및 구매 의사 결정	수업시간에 상품과 서비스 구매 시 계약서, 약관, 사용설명서 등을 읽고 활용하는 방법에 대해 배운 적이 있다.	.788	1.251	26.023 (52.515)	.845
	수업시간에 규격, 품질, 안전, 위해, 가격 등 각종 표시정보에 대한 내용을 배운 적이 있다.	.784			
	수업시간에 인터넷, 신문, 잡지 등에서 다양한 소비자 정보를 수집, 활용하는 방법에 대해 배운 적이 있다.	.748			
	수업시간에 구매의사결정과정에서 영향을 미치는 각종 요인을 고려하여 선택하는 방법에 대해 배운 적이 있다.	.734			
	수업시간에 상품과 서비스 구매 시 적절한 거래 및 계약방식에 대한 내용을 배운 적이 있다.	.641			
소비 문화	수업시간에 물자절약과 환경문제에 대해 배운 적이 있다.	.883	1.111	14.709 (67.223)	.792
	수업시간에 용돈의 합리적인 사용에 대해 배운 적이 있다.	.829			

2) 휴대전화 소비행동

김영주(2008)의 연구를 참고하여 10문항으로 구성하였다. 5점 Likert 척도를 사용하여 점수가 높을수록 합리적인 휴대전화 소비행동을 하는 것을 의미한다. 요인분석을 실시한 결과, 3개의 요인이 추출되었고, 총 누적변량은 56%이다. 휴대전화 소비행동의 ‘합리적 구매’요인은 구매계획 및 정보탐색과 계약 시 행동에 대한 문항으로 구성되었고, ‘능동적 문제 해결’요인은 구매 후 발생하는 문제에 대처하는 행동, ‘윤리적 사용’요인은 바람직한 휴대전화 소비문화에 필요한 물자절약과 환경문제 및 예의범절에 대한 문항으로 구성되었다. 각 요인들의 신뢰도 검증을 한 결과 Cronbach's α 값이 능동적 문제해결 .695, 합리적 구매 .651, 윤리적 사용 .602로 <표 3>과 같다.

3) 휴대전화 소비생활 만족도

김현주(2007)의 연구를 참고하여 8문항으로 구성하였다. 5점 Likert 척도를 사용하였고, 부정적인 문항은 역산하여 통계처리 하였기 때문에 점수가 높을수록 청소년의 휴대전화 소비생활 만족도가 높음을 의미한다. 요인분석을 실시한 결과 2개의 요인이 추출되었고, 총 누적변량은 50%이다. ‘관계만족도’요인은 청소년의 휴대전화 소비가 부모 또는 교사와의 관계 속에서 주는 만족감에 대한 내용을 포함하고, ‘활용만족도’요인은 휴대전화 기능의 활용이 주는 만족감에 대한 내용을 포함한다. 각 요인들의 신뢰도 검증을 한 결과 Cronbach's α 값은 관계만족도 .757, 활용만족도 .664로 <표 4>와 같다.

〈표 3〉 휴대전화 소비행동의 요인분석 및 신뢰도검사

요인	문항내용	요인 적재치	고유치	분산(%) 누적분산	신뢰도
능동적 문제 해결	나는 휴대전화 기기에 문제가 발생할 때 해당 통신사나 제조사에 환불, 교환 및 수리를 요청한다.	.798	3.226	19.743 (19.743)	.695
	나는 휴대전화 무료서비스가 나의 동의 없이 유료서비스로 전환되어 요금이 부과 되었다면 환불 및 해지신청을 할 것이다.	.771			
	나는 요금명세서를 꼼꼼히 체크하고, 서비스요금이 잘못 청구되었을 때 환불해줄 것을 요청한다.	.702			
합리적 구매	나는 휴대전화를 구입하기 전에 꼭 나에게 필요한 것인지 검토한다.	.728	1.262	19.561 (39.304)	.651
	나는 휴대전화 계약할 때 약관에 명시된 사항을 꼼꼼히 읽고 구매한다.	.694			
	나는 휴대전화를 구입할 때 판매원의 설명에만 의존하지 않고 주변인의 사용경험, 객관적 소비자 정보를 비교하고 구매한다.	.666			
	나는 휴대전화 계약할 때 요금 및 통화시간 등의 산정방법을 통신사별로 비교해 보고 요금제를 선택한다.	.599			
윤리적 사용	나는 공연장, 영화관, 비행기 등에서 휴대전화 전원을 꺼두는 에티켓을 지킨다.	.804	1.139	16.978 (56.282)	.602
	나는 물자절약과 환경문제를 생각하면서 휴대전화 교체할 때 반드시 반납하여 재활용되도록 한다.	.701			
	나는 공공장소에서 휴대전화로 게임, 음악 감상을 할 때 주위사람에게 소리가 들리지 않도록 주의한다.	.626			

〈표 4〉 휴대전화 소비생활 만족도의 요인분석 및 신뢰도검사

요인	문항내용	요인 적재치	고유치	분산(%) 누적분산	신뢰도
관계 만족도	휴대전화 사용요금으로 인해 부모님과 갈등이 생긴다.	.842	2.937	28.108 (28.108)	.757
	휴대전화 이용시간으로 인해 부모님과 갈등이 생긴다.	.826			
	가족들이 휴대전화로 쉽게 연락할 수 있기 때문에 언제나 가족의 간섭을 받는 것 같다.	.665			
	학교 내에서 휴대전화 사용으로 인해 선생님과 갈등이 생긴다.	.620			
활용 만족도	휴대전화는 범죄와 같은 위험이나 위급상황에서 신속히 대처할 수 있게 한다.	.728	1.593	22.229 (50.337)	.664
	소셜 네트워크를 통해 사회적으로 폭넓은 인간관계를 형성할 수 있다.	.700			
	휴대전화는 나에게 집단 속에서 소속감을 갖게 해주고 심리적 안정을 느끼게 한다.	.592			
	휴대전화에 탑재된 기능이 문제해결(정보탐색·학업수행)에 도움을 준다.	.553			
	나는 휴대전화에 탑재된 기능(게임·음악·어플리케이션)을 사용하면 스트레스가 해소된다.	.533			

〈표 5〉 기술통계 분석 결과

요인		M	SD	최소값	최대값
학교 소비자교육	소비문화	3.77	.883	1.00	5.00
	정보분석 및 구매의사결정	3.50	.797		
	문제해결 및 권리와 책임	3.31	.810		
휴대전화 소비행동	능동적 문제해결	3.91	.819		
	윤리적 사용	3.70	.805		
	합리적 구매	3.15	.729		
휴대전화 소비생활 만족도	관계 만족도	3.83	.885		
	활용 만족도	3.20	.690		

IV. 연구결과

1. 학교 소비자교육과 휴대전화 소비행동과 휴대전화 소비생활 만족도

청소년의 학교 소비자교육, 휴대전화 소비행동, 휴대전화 소비생활 만족도를 구성하는 요인에 대한 기술통계 분석 결과는 <표 5>와 같다. 학교 소비자교육의 인지정도는 소비문화 3.77점, 정보분석 및 구매의사결정 3.50점, 문제해결 및 권리와 책임 3.31점으로 나타났다. 학교 소비자교육 중에서 ‘소비문화’의 인지정도가 가장 높은 점수를 보여, 청소년들이 바람직한 소비문화를 형성하기 위한 물자절약과 환경문제, 용돈관리 방법에 대해 가장 잘 인지하고 있음을 알 수 있다.

청소년의 휴대전화 소비행동의 분석 결과는 능동적 문제해결 3.91점, 윤리적 사용 3.70, 합리적 구매 3.15점의 순으로 나타났다. 휴대전화 소비행동 중에서 ‘능동적 문제해결’행동이 가장 높게 나타나 청소년들이 구매 후 발생하는 문제에

대하여 적극적으로 대처하는 것을 알 수 있다. 그러나 ‘합리적인 구매’행동이 상대적으로 가장 낮아 합리적인 구매를 위한 청소년의 구매계획, 정보탐색, 계약 시 주의해야 할 행동이 부족한 것으로 나타나고 있어 권미화 외(2000)와 심하연(2009)의 연구결과와 일치하는 것으로 나타났다.

청소년의 휴대전화 소비생활 만족도의 분석 결과는 관계만족도 3.83점, 활용만족도 3.20점으로 나타났다. ‘관계만족도’가 높게 나타나 청소년은 휴대전화의 기능을 활용하였을 때 받는 만족감보다 휴대전화가 부모, 교사와의 관계를 유지하는데 주는 만족감이 크다는 것을 알 수 있다.

2. 학교 소비자교육이 휴대전화 소비행동에 미치는 영향

1) 학교 소비자교육 인지수준에 따른 휴대전화 소비행동

학교 소비자교육 인지수준에 따른 휴대전화 소비행동의 차이를 확인하기 위하여 학교 소비자교육 인지수준에 따라 평

〈표 6〉 학교 소비자교육 인지수준에 따른 휴대전화 소비행동

요인	학교 소비자교육 인지수준	M	SD	t
능동적 문제해결	상	4.11	.711	5.106***
	하	3.71	.871	
윤리적 사용	상	3.89	.772	4.919***
	하	3.51	.795	
합리적 구매	상	3.30	.746	4.169***
	하	3.01	.683	

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

〈표 7〉 청소년의 휴대전화 소비행동에 대한 다중회귀분석 결과

독립변수		종속변수		휴대전화 소비행동			
				합리적 구매		능동적 문제해결	
		β	t	β	t	β	t
학교 소비자 교육	정보분석 및 구매의사결정	.172	2.728**	.248	4.040***	.035	.565
	문제해결 및 권리와 책임	.031	.487	-.031	-.506	.123	1.957
	소비문화	.075	1.334	.158	2.894**	.190	3.438**
	F(R ²)	8.398*** (.057)		16.984*** (.110)		13.146*** (.087)	

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

균을 기점으로 평균이상의 집단을 ‘상’, 평균미만의 집단을 ‘하’로 분류하여 독립표본 t-test를 실시하였다. 분석 결과는 <표 6>과 같다. 학교 소비자교육을 높게 인지하고 있는 ‘상’ 집단 일수록 낮게 인지하고 있는 ‘하’집단보다 능동적 문제 해결($t=5.106, p < .001$), 윤리적 사용($t=4.919, p < .001$), 합리적 구매($t=4.169, p < .001$)행동의 점수가 높았다. 즉, 학교 소비자교육을 잘 인지하고 있는 청소년일수록 올바른 소비행동을 하는 것으로 나타났다.

2) 학교 소비자교육이 휴대전화 소비행동에 미치는 영향

학교에서 실시하는 소비자교육이 휴대전화 소비행동에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 한 결과 <표 7>과 같다. 청소년의 휴대전화 소비행동 중 ‘합리적 구매’ 행동에는 정보분석 및 구매의사결정($\beta=.172, p < .01$) 교육이 유의미한 영향력을 미쳤다. 즉, ‘정보분석 및 구매의사결정’에 대한 인지가 높을수록 합리적인 구매행동을 하게 된다고 나타났다. ‘능동적 문제해결’ 행동에는 정보분석 및 구매의사결정($\beta=.248, p < .001$), 소비문화($\beta=.158, p < .01$) 교육의

순으로 유의미한 영향력을 미쳤다. 즉, ‘정보분석 및 구매의사결정’과 ‘소비문화’에 대한 인지가 높을수록 소비자 문제에 적극적으로 대처하게 된다고 나타났다. ‘윤리적 사용’ 행동에는 소비문화($\beta=.190, p < .01$) 교육이 유의한 영향력을 미쳐, ‘소비문화’에 대한 인지가 높을수록 휴대전화의 윤리적 사용 행동을 하게 된다고 나타났다. 그러나 ‘문제해결 및 권리와 책임’ 교육은 그 어떠한 청소년의 휴대전화 소비행동에도 유의미한 영향력을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이는 정미정 외(2007)의 연구결과 소비자지식 5영역에서 1영역만이 소비행태에 영향을 미친다는 것과 마찬가지로 청소년들이 인지한 소비자교육내용을 제대로 활용하지 못하고 있다는 것을 알 수 있다.

3. 휴대전화 소비행동이 휴대전화 소비생활 만족도에 미치는 영향

청소년의 휴대전화 소비행동이 휴대전화 소비생활 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 한 결과

〈표 8〉 휴대전화 소비생활 만족도에 대한 다중회귀분석 결과

독립변수		종속변수		만족도			
				관계만족도		활용만족도	
		β	t	β	t		
소비행동	합리적 구매	-.097	-1.854	.190	3.658***		
	능동적 문제해결	.103	1.929	.155	2.934**		
	윤리적 사용	.194	3.722***	-.089	-1.716		
	F(R ²)	7.651*** (.053)		10.216*** (.069)			

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

<표 8>과 같다. 청소년의 휴대전화 소비생활 만족도 중 ‘관계만족도’에는 윤리적 사용($\beta=.194, p<.001$) 행동만이 유의미한 영향력을 미쳤다. 즉, 휴대전화에 대하여 윤리적 사용행동을 할수록 청소년은 휴대전화에 의한 타인과의 관계유지에 만족감을 느끼게 된다고 나타났다. ‘활용만족도’에는 합리적 구매($\beta=.190, p<.001$)와 능동적 문제해결($\beta=.155, p<.01$) 행동이 유의미한 영향력을 미쳤다. 즉, 휴대전화의 합리적 구매와 구매 후 발생하는 문제에 적극적으로 대처 할수록 청소년은 생활 속 휴대전화의 활용에 대한 만족감이 커지는 것으로 나타났다.

청소년의 휴대전화 소비행동이 휴대전화 소비생활 만족도에 영향을 미친다는 연구결과에 따라 소비생활 만족도를 증진시키기 위하여 이에 대한 소비행동을 충분히 인지하고, 합리적인 소비행동으로 이어가야 할 것이다. 특히 선행연구(김현주, 2007)에서 휴대전화에 대한 삶의 질에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타난 휴대전화의 인간관계와 관련된 만족도가 ‘윤리적 사용’행동의 영향을 받는 것으로 밝혀졌기 때문에 이에 대한 체계적인 교육이 시행되어야 한다. 또한 활용만족도가 관계만족도보다 상대적으로 소비행동의 영향을 더 많이 받는 것으로 나타났기 때문에 이에 대한 합리적이고 능동적인 문제해결에 대한 충분한 소비자교육이 필요함을 시사한다.

V. 논의 및 결론

청소년의 휴대전화 이용률이 증가됨에 따라 다양한 문제점이 발생하고 있다. 이에 본 연구에서는 ‘기술·가정’교과 중심의 학교 소비자교육이 청소년의 휴대전화의 소비행동에 미치는 영향과 휴대전화 소비행동이 휴대전화 소비생활 만족도에 미치는 영향을 살펴봄으로써 청소년들이 합리적인 소비생활을 영위하는데 필요한 소비자교육 내용을 밝히고, 최종 소비생활의 만족도까지 높일 수 있는 실질적인 소비자교육의 개선 방향을 제시하는데 목적을 두었다. 본 연구에 대한 결론은 다음과 같다.

첫째, 학교 소비자교육과 휴대전화 소비행동에 대한 분석 결과, ‘정보분석 및 구매의사결정’에 대한 교육이 합리적 구매와 능동적 문제해결 행동에 영향을 미치고, ‘소비문화’에 대한 교육이 윤리적 사용과 능동적 문제해결 행동에 영향을 미쳤다. 그러나 ‘문제해결 및 권리와 책임’에 대한 교육은 소비행동에 어떠한 영향도 미치지 않았고, 인지수준도 상대적으로 가장 낮게 나타났다. 이는 소비자역할을 수행하는데 있어서 가장 중심이 되는 내용이 학생들에게 정확히 전달되지 못하고, 인지한 소비자교육은 소비행동에 반영하지 못하고 있는 것이다. 따라서 교육내용의 인지를 돕고 실제 소비행동에 반영할 수 있도록 우선적으로 학생들의 수준과 흥미를 고려하여 실질적인 교육내용 및 활동과제를 보완하고, 소비활동을 연습해볼 수 있는 가상 체험 프로그램을 활용하는 등 실효성 높은 소비자교육을 위한 노력이 이루어져야 할 것이다. 또한 문제해결의 인지수준이 낮게 나왔음에도 불구하고 청소년들은 능동적 문제해결 행동을 가장 잘하고 있었다. 이는 오늘날 빈번히 발생하고 있는 소비자문제가 사회적 관심을 끌게 되어 학교 외에도 다양한 방법을 통해 소비자피해유형과 해결방법을 인지할 수 있게 되고, 활발한 소비활동을 통하여 청소년의 소비자 주권의식이 높아졌기 때문에 개인의 권익이 침해당했을 경우 적극적으로 대응하는 것으로 추론할 수 있다.

둘째, 휴대전화 소비행동과 휴대전화 소비생활 만족도에 대한 분석 결과, 휴대전화의 ‘윤리적 사용행동’은 관계만족도에 영향을 미치고, ‘합리적 구매행동과 능동적 문제해결행동’은 활용만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소비생활 만족도를 증진시키기 위해서는 소비생활 만족도에 영향을 미치는 소비행동을 충분히 인지하고, 합리적인 소비행동으로 연결할 수 있어야만 한다. 따라서 본 연구에서 휴대전화 소비생활 만족도에 영향을 미치는 것으로 밝혀진 윤리적 사용, 합리적 구매, 능동적 문제해결 행동과 관련된 체계적인 소비자교육이 이루어져야 하고, 지속적인 교육을 통해 청소년의 소비생활 만족도를 더욱 증진시켜 나가야 함이 필요할 것이다.

셋째, 학교 소비자교육이 청소년의 휴대전화 소비행동에 영향을 미치고, 올바른 휴대전화 소비행동은 휴대전화 소비생활 만족도를 높인다는 연구결과를 바탕으로, 체계적인 학교 소비자교육을 강화하여 청소년이 보다 합리적인 소비자로

성장하고, 소비생활의 질을 향상시킬 수 있도록 지속적 지도가 필요하다는 것을 도출할 수 있다. 더불어 학교뿐만 아니라 가정과 사회가 연계적으로 소비자교육을 실시하여 청소년들의 성숙한 소비생활을 이끌어갈 수 있기를 기대한다.

참고문헌

- 권경자, 장상옥 (2007). 주체별 소비자교육이 중학생 소비자의 용돈관리 행동에 미치는 영향. **한국가정교육학회지**, 19(4), 153-173.
- 권미화, 이기춘 (2000). 청소년소비자의 소비행동의 합리성에 영향을 미치는 요인. **한국가정관리학회지**, 18(2), 175-190.
- 교육과학기술부 (2008). 2007개정 교육과정의 중학교 교육과정 해설Ⅲ: 수학, 과학, 기술·가정
- 김미선 (2004). **고등학생의 정보통신서비스 이용실태에 관한 연구**. 공주대학교 교육대학원 석사학위 청구논문.
- 김소라 (1997). 소비자의 내적 정보량과 구매 전 탐색이 구매 후 만족에 미치는 영향: 컴퓨터 구매행동을 중심으로 서울대학교 석사학위 청구논문.
- 김시월, 김유진 (2008). 청소년 소비자의 소비가치와 소비행동과의 관계: 이동전화 소비행동을 중심으로. **대한가정학회지**, 46(3), 13-26.
- 김영주 (2008). **중학생의 휴대폰 소비실태 및 소비자행동과 어머니의 소비자교육**. 경상대학교 교육대학원 석사학위 청구논문.
- 김현주 (2007). **휴대폰 사용과 관련된 소비자의 인지된 삶의 질에 대한 연구**. 연세대학교 석사학위 청구논문.
- 방송통신위원회 (2010). 시내·이동전화 가입자. 방송통신위원회.
- 서승연 (1998). **주부의 정보탐색 및 구매 후 만족도에 대한 연구**. 숙명여자대학교 석사학위 청구논문.
- 심하연 (2009). **중학교 소비자교육 효과 분석: 2학년 기술·가정 교과 ‘청소년 소비생활’ 단원을 중심으로**. 상명대학교 교육대학원 석사학위 청구논문.
- 안현희 (2005). **청소년의 휴대폰 사용실태와 태도분석**. 성균관대학교 교육대학원 석사학위 청구논문.
- 윤선자 (2004). **청소년 휴대폰 이용 실태에 관한 연구**. 성산효도 대학원대학교 석사학위 청구논문.
- 이기춘 (2000). **소비자 교육의 이론과 실제**. 서울: 교문사.
- 이기춘, 김외숙 (2008). **소비자보호론**. 서울: 한국방송통신대학교 출판부.
- 이승신, 류미현, 정승은 (1998). 청소년소비자의 소비자능력이 과시소비에 미치는 영향. **한국가정관리학회지**, 16(2), 1-10.
- 이연숙 (2010). 중학교 1학년 기술·가정 교과서의 ‘청소년의 자기관리’와 ‘청소년의 소비생활’단원 분석: 2007개정 교육과정의 강조점 반영을 중심으로. **한국가정교육학회지**, 22(3), 55-75.
- 이은희 (1982). **소비자정보가 소비자의 구매의사결정 합리성과 만족도에 미치는 영향**. 서울대학교 석사학위 청구논문.
- 이정숙, 명신영 (2007). 청소년의 휴대폰 사용실태 및 휴대폰 중독 정도에 따른 또래관계의 질, 학교생활 부적응에 대한 연구. **한국가정관리학회지**, 25(4), 67-86.
- 이지선 (2005). **청소년 소비자의 휴대전화 소비행동에 관한 연구**. 한양대학교 교육대학원 석사학위 청구논문.
- 임보은 (2006). **휴대전화 이용동기, 만족, 중독간의 관계에 대한 연구**. 고려대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 정미정, 이연숙 (2007). 청소년의 소비자지식과 소비태도 및 관련 변인. **한국가정교육학회지**, 19(3), 1-17.
- 조현주, 최동숙 (2002). 청소년의 구매 행동과 관련 변인에 관한 연구-강원 지역 중학생을 중심으로-. **한국가정교육학회지**, 14(1), 1-13.
- 천혜정, 이정은 (2006). 중학생의 휴대전화 이용동기 및 성별에 따른 부모와의 의사소통 수준. **한국가정관리학회지**, 24(5), 101-112.
- 최정희 (2002). **중학생의 소비자 교육이 소비자 의식과 행동에 미치는 영향에 관한 연구**. 강원대 교육대학원 석사학위 청구논문.
- 통계청 (2009). 2009년 청소년 통계. 통계청
- 한국소비자보호원 (2004). **청소년 이동전화 및 무선인터넷 이용실태 조사**. 한국소비자보호원.

<국문요약>

본 연구는 청소년의 학교 소비자교육과 휴대전화 소비행동, 휴대전화 소비행동과 휴대전화 소비생활 만족도의 관계를 살펴보고 청소년들의 합리적인 소비생활을 유도할 수 있는 방안을 모색하고 학교 소비자교육의 개선을 위한 방안을 제시하고자 하였다. 설문지는 서울 및 수도권 소재 중학교에 재학 중인 중학교 2학년을 대상으로 실시하여 총 430부를 SPSS 18.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 정보분석 및 구매의사결정에 대한 교육이 '합리적 구매와 능동적 문제해결' 행동에 영향을 미치고, 소비문화에 대한 교육이 '윤리적 사용, 능동적 문제해결' 행동에 영향을 미쳤다. '문제해결 및 권리와 책임'에 대한 교육은 소비행동에 어떠한 영향도 미치지 않았고, 인지수준도 상대적으로 가장 낮게 나타났다.

둘째, 휴대전화의 윤리적 사용행동은 '관계만족도'에 영향을 미치고, 합리적 구매행동과 능동적 문제해결행동은 '활용만족도'에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

■ 논문접수일자: 2012년 3월 19일, 논문심사일자: 2012년 3월 19일, 게재확정일자: 2012년 5월 7일