

어머니의 소비자 행동이 유아기 자녀의 소비자 행동에 미치는 영향에 관한 연구

The Interrelationship of the Consumer Behavior between Mother and Their Early Children

김 덕 순 · 유 경 애
오산전문대학 유아교육과 부교수

Kim, Duck Soon · Youh, Kyung Yea
Dept. of Early Childhood Education, Osan Junior College

Abstract

In order to adapt to the economic change with the rapid world change, the wise consumers should have positive cognizance of their roles and are requested to fulfil their duties as a consumer.

Such capability of the consumer could be acquired from home, mass media and school, and specially the role of mother at home would have a great influence on their early children's consumer activities.

The purpose of this study was to investigate the interrelationship of the consumer behavior between mother and their children.

As a result of this study, the mother with higher educational background could manage effectively the allowance of the children. The mother with older age had a great influence on the consumer's role of the children and high record of the execution. Employed mother had higher level of execution for the consumer's rights than their count part.

Accordingly, the consumer behavior of the mother will have an influence on the children's consumer behavior. Such a result showed the meaningful statistic relations($r=3.6$, $p<.001$) for the economy activity of the children the home management and economy life of the mother, and the purchasing activity of the children including the execution of the consumer's right.

In their regard, there was the significant statistic relations($r=19$, $p<.05$) between the children's pocket money and the housekeeping management of the mother.

In the meantime, it showed that another changing factor concerned with the consumer behavior of the mother have little influence the children's allowance.

1. 서론

1. 연구의 필요성

현대사회는 급변하는 과학과 기술로 인하여 경제적 변화가 급격히 일어나며 이에 따른 사회적 가치의 변화도 수반되고 있다. 이렇게 변화하는 사회에 맞추어 이에 알맞는 가치관을 확립하고 현명한 태도를 수립한다는 것은 어려운 일이다. 더욱이 현대의 생활은 기술과 경제의 발달로 인해 제공되는 서어비스에 대한 의사결정이 필요하게 된다. 따라서 일상생활에서 합리적으로 생활하기 위한 훈련, 변화하는 경제체계에 현명하게 적응하기 위한 새로운 지식, 태도, 기능의 습득이 필요하다. 이제 어떻게 재화를 만드는가의 생산적 측면뿐 아니라 어떻게 재화를 사용하는가의 소비적 측면이 경제발전의 중요한 요인이 되고 있다. 따라서 이러한 경제체계에 현명하게 적응하기 위해서는 현명한 소비자로서의 역할을 분명히 인식하고 현명하게 그 역할을 수행할 능력이 요구된다. 이러한 소비자로서의 능력은 사회화 과정에서 작용요인들과의 관계를 통해 습득하게 된다. 이 요인으로는 가정과 또래, 대중매체, 학교 등이 있는데 이 중에서 가정은 인간이 지속적 접촉을 갖는 첫번째 단위이며 소비자 사회화를 발달시키는 환경이다(Freedrik & Gerald, 1978).

그러나 돈의 사용을 중심으로한 경제적 개념에 대해 유아들은 무지한 상태이다. 그리고 이들은 돈을 어떻게 벌고 어떻게 저축하며, 쓰는데 대한 건전한 개념을 갖지 못하는 10대와 성인으로 성장하게 된다. 따라서 학교나 가정에서 유아들에게 건전한 소비태도, 돈의 가치에 대해 지도 되어야 한다. 그러나 대부분의 소비 행동의 경우 유아는 부모의 행동, 특히 쇼핑이나 가계의 지출결정을 내리는 과정 등을 통해서 소비자 행동을 부모로부터 학습하게 되며, 이를 통하여 소비자로서의 합리성과 사회적으로 바람직한 행동을 배우며 구체적인 소비자로서의 소비자 지식, 광고여과능력, 소비자주의 같은 기능을 학습하게 된다(Moore & Moschis, 1983; 김지희 1989, 재인용). 더욱이 이중에서도 가계의 소비를 주로 담당하는 어머니의 소비자로서의 역할을 모방하게 되며

어머니는 은연중에 자녀에게 영향을 미치게 된다. 그러나 지금까지는 유아는 경제능력이 없기 때문에 독립된 소비자이기 보다는 가계 소비의 의존자로 생각되어 소비자로서 유아의 역할을 별로 중요하게 여기지 않았다(월간소비자시대, 1988, 4). 하지만 핵가족의 증가와 자녀수의 감소로 인하여 가정내에서 유아의 지위를 높여주었을 뿐 아니라 가정내 소비의 핵으로 부각되었으며 경제성장으로 가계의 소득이 높아지자 유아의 소비액도 증가하고 있다. 그러나 과거 우리의 유교적 가치관, 돈을 천히 여기는 사고, 즉 유아는 돈에 대해 알지 말아야 유아답다는 생각으로 유아의 올바른 소비자로서의 역할을 가정이나 그 밖의 기관에서 학습하는 기회가 매우 드물다. 그래서 유아들은 주로 TV광고를 통해 소비에 노출되며 계획하거나 관리할 능력도 없이 소유하게 된 많은 화폐를 무분별하게 소비하게 된다. 따라서 현재 이러한 상황에서 유아에게 올바른 소비자로서 역할을 습득하고 그에 맞는 능력을 신장시키기 위해 유아의 소비행동에 큰 영향을 주리라 생각되는 어머니들의 소비자 행동을 조사하고 그 자녀의 소비자 행동과의 상관관계를 분석하여 우리나라 유아의 소비자 교육방향 제시의 기초자료로 삼고자 한다.

2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 유아의 소비자로서의 행동을 알아보고 그 변인을 파악해봄으로써 유아의 소비자 교육을 위한 기초 자료를 제공하는 데 있으며 아래와 같은 구체적 목표를 설정하였다.

첫째, 사회 인구학적 변인에 따른 어머니의 소비자행동과 유아기 자녀의 소비자행동 수준을 알아본다.

둘째, 어머니의 소비자행동과 유아기 자녀의 소비자행동간의 관계를 규명한다.

셋째, 사회 인구학적 변인에 따른 유아와 관련된 가계지출을 알아본다.

3. 연구문제

유아의 소비자 행동에 영향을 미치는 변인을 파악하고 어머니의 소비자행동의 영향력을 규명하기 위해 본 연구에서 제기한 연구문

제는 다음과 같다.

1) 유아와 어머니의 소비자행동은 사회인구학적 변인에 따라 차이가 있는가?

1-1 유아의 용돈 사용과 어머니의 가계관리 형태는 사회인구학적 변인에 따라 차이가 있는가?

1-2 유아와 어머니의 절약생활은 사회인구학적 변인에 따라 차이가 있는가?

1-3 유아와 어머니의 구매행동은 사회인구학적 변인에 따라 차이가 있는가?

2) 유아의 소비자행동과 어머니의 소비자 행동간에는 어떤 관계가 있는가?

2-1 유아의 용돈사용과 어머니의 가계관리 형태는 어떤 관계가 있는가?

2-2 유아의 절약생활과 어머니의 절약생활 형태는 어떤 관계가 있는가?

2-3 유아의 구매행동과 어머니의 구매행동 형태는 어떤 관계가 있는가?

2-4 유아의 소비자로서의 행동과 어머니의 소비자로서의 행동형태는 어떤 관계가 있는가?

3) 유아와 관련된 지출은 사회인구학적 변인에 따라 어떤 차이가 있는가?

3-1 유아 1인당 교육비는 사회인구학적 변인에 따라 어떤 차이가 있는가?

3-2 유아 1인당 물품구입비는 사회인구학적 변인에 따라 어떤 차이가 있는가?

3-3 유아 1인당 용돈지급 여부는 사회인구학적 변인에 따라 어떤 차이가 있는가?

3-4 유아 1인당 용돈지급 방법과 그 액수는 사회인구학적 변인에 따라 어떤 차이가 있는가?

4. 연구의 제한점

1) 본 연구의 대상을 만 5세 유치원 유아로 제한하였으므로 이 연구를 모든 연령의 유아로 일반화시키는 데는 한계가 있다.

2) 본 연구의 대상유아 195명으로 이 결과를 일반화시키기에는 한계가 있다.

3) 유아와 어머니의 소비자행동 측정의 범위를 용돈 및 가계관리, 절약행동, 구매능력, 소비자 권리행동으로 제한시켜 조사하였다.

II. 이론적 배경

1. 소비자 행동

소비자 행동이란 소비자로서의 역할을 인식하고 그 역할을 수행하는 능력으로서, 경제적 재화와 서비스를 획득 사용하는데 직접적으로 관련된 개인의 행동이다.

김영옥(1987)은 경제적 재화나 서비스의 획득과 관련된 구매기능이나 금전관리 기능 뿐만 아니라, 재화의 사용과 관련된 물품관리 기능도 포함하여 소비자 기능을 설명하였다. 정진화(1987)는 소비자 행동을 소비자 기능의 측면으로 볼 때 구매행동과 소비행동의 총체로서 파악하였으며, 구매행동의 속성으로는 정보획득과 평가를 중심으로 분류하였으며, 소비행동의 속성으로는 예산생활과 저축생활을 중심으로 분류하였다.

따라서 소비자 행동을 이해하기 위해서는 소비자로서의 역할과 수행능력을 고려할 필요가 있다.

2. 소비자 역할

소비자역할이란 현대 경제 체제하에서 개인을 효율적인 소비자로 가능하게 해주는 지식, 태도, 기능, 가치관 그리고 이에 관련되는 행동을 포함하는 개념이다(Brim, 1966).

이 소비자로서의 역할을 수행하는 과정은 특정 상황요인에 의해 결정되는 것이 아니라 지속적인 성장발달을 통해 자신의 주위환경에 적응해 나가는 사회학습과정이다(Robertson & Feldman, 1976). 따라서 이 과정은 소비자 사회화 과정으로 정의 내릴 수 있다. 이는 개인이 시장체제하에서 소비자로서 기능하는데 필요한 지식, 태도, 기능을 습득하는 과정(Ward, 1974)으로 사회화 과정의 일부이다. 사회화란 인간이 출생한 후 사회적으로 인정되는 가치 체계, 규범, 사회에서 요구하는 행동양식을 타인과의 접촉을 통해 습득해 나가는 과정(Engel & Blackwell, 1982)으로 주로 환경에 대해 적응하는 인지발달 과정으로부터 소비자 역할이 형성되며 사회학습과정에서 강화받고 모방하게 된다. 따라서 소비자사회화 연구는 인간발달이론의 두 이론, 즉 인지발달이론과

사회학습이론을 근간으로 이루어지고 있다.

소비자사회화의 인지발달이론은 Piaget의 인지발달이론에 기초하는데 이 이론은 유아의 인지발달에 따른 주의, 지각의 차이나 TV광고의 식별능력의 형성과정을 강조하며 유아 각각의 인지발달에 따라 소비자역할 수행에 필요한 지식, 태도, 기능을 획득하는 과정에 관심을 가져왔다.

또한 사회학습 과정을 유아 스스로 환경에 적용해 나가는 능력을 개발하는 과정으로 보지않고 유아의 사회화 작용요인과의 상호작용으로 보며 유아의 사회적 환경과의 상호작용을 통하여 소비자로서의 역할과 이에 필요한 지식, 태도, 기능을 습득해가는 것으로 보고 있다. 이 두 이론을 종합해 볼 때 소비자 역할은 시장체제하에서 한 개인의 환경에 대한 인지적, 심리적 조정과정 뿐만 아니라 사회화 과정도 함께 고려되어야 한다.

이런 소비자 사회화 과정을 통해 나타난 소비자 역할은 각 소비자의 행동특성에 따라 매우 다양하게 나타난다. 이 결과 소비자 능력이라고 불리는 다양한 인지적 특성과 행동적 특성, 소비자 지식, 소비자로서의 활동성, 금전관리능력, 가격에 대한 태도, 물질주의적 태도, 소비에 대한 경제적 동기, 사회적 동기등이 습득된다(Moschis & Churchill, 197; 김지희, 1989, 재인용).

3. 소비자 능력

소비자 능력이란 개인이 다양한 소비적 활동의 장에서 적절하게 역할 수행을 할 수 있게 하는 역량 또는 능력으로서 소비자 역할을 현명하게 효율적으로 수행하기 위하여 필요한 소비자 지식, 소비자 태도, 소비자 기능의 총체이다(이기춘, 1985).

이 능력은 금전을 사용하는 데 따라 자동적으로 습득되는 것이 아니라 학습되어야만 하며 이 학습을 위해서는 소비자 기능에 대한 정보가 필요하다(이기춘, 1985).

캘리포니아 성인 능력 조사에서는 소비자 능력을 개인의 욕구를 충족시킬수 있는 잠재력을 갖는 개인의 속성이라 정의하였으며, 소비자가 습득해야할 능력을 크게 구매기능과 금전관리 기능으로 보아 정보의 획득과 사용방법, 구매지불방법, 저축방법, 상품비교능력,

단위가격 파악, 소비 시기조절 등을 들고 있다(이기춘, 1985).

소비자 능력은 소비자 생활 주기의 단계, 소비자 사회화 수준, 인지발달수준에 따라 습득되는 데 어렸을 때 유아가 경험한 소비자의 능력은 성인기에 그대로 영향을 받게 되어 유아가 효율적이고 지각있는 소비자로 성장하기 위해서는 구체적 소비자 교육을 받아야 하며 특히 사회화 과정을 통한 소비자 역할이 강조된다(Stampfl, 1978).

이러한 소비자 능력은 태도, 소비자 지식의 구성요소 중 구매기능과 밀접한 관련이 있는 정보이해력과 광고에의 피압시성까지 포함되는 개념으로 금전관리기능, 구매기능과 관련이 있는 결산과 평가, 정보이해능력과 평가, 구매 후 불평행동까지 소비자가 시장 환경에 효율적으로 대처하는데 필요한 행동이다(김경자, 1968).

본 연구에서는 이러한 소비자 역할과 능력의 정의에 따라 소비자 행동을 어머니의 가계관리 능력, 절약행동, 구매능력, 소비자권리 행동능력과 유아의 용돈관리능력, 절약행동, 구매능력 소비자권리행동능력으로 국한시켜 알아보고자 한다.

4. 사회인구학적 변인

1) 어머니의 연령: 윤정혜(1982) 등의 연구에 의하면 성인의 경우, 연령이 소비자 합리성 지수와 부적인 상관관계가 있다고 한다.

윤종희(1978)의 연구에서는 자녀의 금전관리 기능 및 구매기능에 있어 어머니의 연령이 유의한 차이를 가져오지 않았다. 그러나 연령이 소비자 기능학습과 관련이 있다는 성지미(1988), 이기춘, 서정희(1988)의 연구에 기초하여 어머니의 연령에 따른 소비자 행동의 차이는 자녀의 소비자행동에 영향을 주리라 예측되어 변인으로 선정하였다.

2) 어머니의 교육수준: 이재은(1980), 윤종희(1978)의 연구에서 보면 어머니의 교육수준이 높을수록 자녀의 상표선택, 품질검사, 계량검사, 충동구매의 지양 등 소비자 기능수준이 높고 금전관리 행동 등 전반적 소비자 행동수준이 높았다. 따라서 어머니의 교육수준은 어머니의 소비자 행동과 자녀의 소비자 행동에 영

향을 주리라 예측된다.

3) 어머니의 취업여부: 주부의 취업이 계속 증가되고 있는 현실에서 취업주부의 소비자 행동은 전업주부와 차이가 있으리라 예측된다.

이기춘, 서정희(1988)에 의하면 취업주부가 전업주부에 비해 소비자 행동수준이 낮은 것으로 나타났다. 주부의 취업은 주부의 소비자 행동에 영향을 줄 것이며 이는 자녀의 용돈관리 등의 자녀의 소비자 행동에 영향을 미칠 것으로 예상된다.

4) 가정수입 : 저소득 소비자는 소비자 정보가 있는지도 모르며, 소비자 인식이 부족하며, 심사숙고하여 선택하지 않는다고 한다(김지희, 1989).

Ward(1974) 역시 저소득 가정의 유아가 금전에 대한 경험이 적고 소비재의 인식범위가 좁으므로 고소득 가정의 유아보다 학습이 적게 이루어진다고 본다. 반면 정진화(1985)나 이재은(1980)의 연구에 의하면 가정소득에 따라 소비자행위의 차이가 달라지며 영향을 주리라 예측된다.

5) 거주형태: 정진화(1985)의 연구에 의하면 농촌학생들이 도시지역의 학생들보다 금전관리기능 수준이 높다고 하였다. 이러한 거주지에 따른 차이에서 보면 공동주택인가 단독주택인가의 거주형태에 따라 어머니와 유아의 소비자행동유형에 차이가 있지 않을까 생각되어 변인으로 살펴보고자 한다.

III. 연구방법

1. 조사도구

본 연구의 조사도구는 설문지로 어머니용과 자녀용으로 구성되었다. 이 문항들은 소비자역할과 능력을 파악하기 위한 문항들로서 기존 연구(이재은, 1980; 이기춘, 1985; 김지희 1989)를 참고로 하여 4영역으로 나누어 제작하였으며 2차에 걸쳐 각 10인으로 구성된 전문인들이 안면 타당도 검증을 하였다.

각 문항은 '전혀 그렇지 않다'에서 '항상 그렇다' 까지의 5개 범주로 이루어진 Likert Type 척도로 구성하여 점수가 높을수록 긍정적 행동을 지닌 것으로 측정하였다.

2. 조사대상 및 조사방법

1) 조사대상

본 연구의 조사대상은 서울 및 경기도 지방의 공·사립 유치원의 유치반에 재학중인 만 5세 유아 및 이들의 어머니로 각 195명을 대상으로 하였다. 본 조사는 1996년 11월 17일부터 1996년 11월 30일에 걸쳐 이루어졌으며 어머니용과 자녀용 질문지를 합하여 1사례가 되도록 하였다.

조사 대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 연구대상자의 일반적 특성

특 성	구 분	
		N(%)
유치원	공립	65(33.3)
	사립	130(66.7)
어머니 연령	20-29세	4(2.1)
	30-39세	175(89.7)
	40세이상	16(8.2)
가정의 월평균 수입	50-149만원	49(25.3)
	150만원이상	145(74.7)
	무응답	1
주거형태	단독주택	30(15.4)
	아파트	165(84.6)
어머니 학력	중졸	2(1.0)
	고졸	103(52.8)
	대졸	84(43.1)
	대학원졸	6(3.1)
어머니 직업유무	직업 無	138(70.8)
	직업 有	57(29.2)
합계		195(100)

2) 조사방법

본 연구의 조사방법은 설문지를 사용하였으며, 설문지 내용은 어머니용과 유아기 자녀용으로 구성되어 있다.

어머니용 설문지는 어머니가 직접 응답하였으며, 유아기 자녀용 설문지는 어머니가 자녀의 소비자 행동을 관찰하여 응답하도록 하였다.

3. 자료의 분석방법

수집된 자료는 조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도, 백분율, 평균을 산출하여

연구문제를 분석하고 변수에 따라 유의도를 검증하기 위해 t검증과 F검증, 그리고 상관관계를 구하였다.

IV. 결과 및 해석

1. 어머니의 사회인구학적 변인과 유아/어머니의 소비자 행동

<표 2>에 어머니의 사회 인구학적 변인에 따라 유아의 소비자 행동이 어떠한 차이가 있는가를 조사한 결과가 제시되어 있다. 먼저 유아의 용돈사용은 어머니의 학력에 따라 유의한 차이를 보였다(F=1.90, p<.05). 구체적으로도 학력이 '대학원졸'일 경우가(M=17.25) '고졸'의 경우(M=14.62)에 비해 유아의 계획적인 용돈사용에서 높은 점수를 보였다. 즉 학력이 높은 어머니의 자녀일 경우에 어머니 학력이 낮은 경우보다 용돈을 규모있게 관리하는 것으로 볼 수 있다.

또한 유아의 소비자 역할에 있어서는 어머니 연령(F=3.24, p<.05)과 어머니 직업유무(t=-3.09, p<.001)에 따라 유의한 차이를 보였다. 즉 어머니 연령이 40세 수준 이상인 유아(M=11.29)가 40세 미만 어머니의 유아(M=10.75, 9.52)보다 소비자 권리 실천에 관한 평균이 높게 나타났으며, 어머니가 직업이 있는 경우(M=10.46)가 없는 경우(M=9.35)보다 유아의 소비자 권리 실천수준이 높다고 볼 수 있다.

유아의 절약생활과 구매행동에 관한 항목에서는 변인별로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

어머니 사회·인구학적 변인에 따라 어머니 자신의 소비자 행동이 어떠한 차이를 보이는가에 대한 결과는 <표 3>에 제시되어 있다.

우선 어머니의 구매행동은 연령에 따라 유의미한 차이를 나타내었다(F=2.40, p<.05). 어머니의 연령이 30세 미만으로 낮은 집단(M=32.67)이 30세 이상의 높은 집단(M=28.83, 28.27)에 비해 구매행동면에서 보다 규모있고 계획적임을 알 수 있다. 즉 연령이 높은 어머니가 낮은 경우보다 구매행동이 보다 소비적이라고 볼 수 있다.

<표 2> 어머니의 사회 인구학적 변인에 따른 유아의 소비자 행동에 관한 일원 분산분석 및 t검증 결과

유아	용돈사용	절약생활	구매행동	소비자역할
어머니	M(SD)	M(SD)	M(SD)	M(SD)
어머니	F=1.29	F=2.20	F=0.12	F=3/24*
연령				
20-29세	15.50(1.29)	19.25(2.87)	15.00(2.16)	10.75(2.06)
30-39세	14.89(2.73)	17.26(3.36)	15.17(2.37)	9.52(2.64)
40세이상	13.38(3.20)	18.87(3.25)	15.47(2.61)	11.29(2.64)
어머니	F=1.90*	F=0.79	F=0.02	F=0.37
학력				
중졸	0.00(0.00)	20.50(0.71)	15.50(0.71)	11.00(1.41)
고졸	14.62(2.45)	17.38(3.55)	15.16(2.35)	9.63(2.60)
대졸	14.96(3.13)	17.33(3.22)	15.22(2.52)	9.64(2.74)
대학원졸	17.25(1.71)	18.50(2.07)	15.17(1.47)	10.50(3.27)
어머니	t=0.41	t=-0.32	t=0.70	t=-3.09***
직업유무				
직업 無	14.88(2.94)	17.38(3.60)	15.26(2.42)	9.35(2.85)
직업 有	14.68(2.15)	17.54(2.73)	15.00(2.30)	10.46(1.97)

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

또한 어머니의 소비자역할은 직업의 유무에 따라 유의한 차이를 보였는데(t=1.75, p<.05), 직업이 있는 어머니(M=30.32)보다는 직업이 없는 어머니(M=31.63)가 비교적 소비자 권리 실천 수준이 높은 것으로 조사되었다.

어머니의 가계관리와 절약생활에 관한 항목에 대해서는 변인별로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 3> 어머니의 사회 인구학적 변인에 따른 어머니의 소비자 행동에 관한 일원 분산분석 및 t검증 결과

어머니	가계관리	절약생활	구매행동	소비자역할
어머니	M(SD)	M(SD)	M(SD)	M(SD)
어머니	F=0.54	F=0.34	F=2.40*	F=0.17
연령				
20-29세	40.67(10.40)	17.33(1.15)	32.67(1.53)	32.33(2.52)
30-39세	37.31(6.02)	16.28(2.35)	28.83(3.21)	31.27(4.24)
40세이상	36.75(4.84)	16.44(1.86)	28.27(3.08)	30.87(3.36)
어머니	F=0.62	F=0.43	F=0.59	F=1.26
학력				
중졸	38.50(3.54)	16.50(3.54)	26.50(2.12)	26.00(2.82)
고졸	37.66(6.96)	16.46(2.32)	28.76(3.36)	31.16(4.22)
대졸	36.74(6.19)	16.10(2.30)	28.94(3.05)	31.41(4.12)
대학원졸	39.33(3.88)	16.67(2.07)	29.83(3.49)	32.33(2.94)
어머니	t=0.58	t=-0.68	t=-1.31	t=1.75*
직업유무				
직업 無	37.49(6.12)	16.23(2.18)	28.65(3.22)	31.63(3.73)
직업 有	36.93(5.68)	16.48(2.58)	29.33(3.18)	30.32(4.94)

* p<.05

2. 유아에 대한 비용

연구대상자의 한달 평균 유아에 대한 비용의 실태가 <표 4>에 제시되어 있다. 응답자의 평균 한달 유아 교육비는 19만3천9백원이었으며, 한달 유아 물품구입비는 평균 4만4천4백원, 한달 유아 용돈으로는 평균 4천20원의 비용을 지출하는 것으로 나타났다.

<표 4> 유아에 대한 비용 실태 (N=195)

항목	M(SD)
한달유아교육비 (유치원, 학원, 학습지등)	19만 3천9백원(87.09)
한달유아물품구입비 (완구, 의류, 도서등)	4만4천4백원(33.39)
한달 유아용돈	4천20원(6.51)

유아기 자녀의 용돈에 대한 내용 및 액수를 알아보기 위한 결과가 <표 5>에 제시되어 있다. 먼저 응답자 중 자녀에게 용돈을 주는 어머니는 111명으로 전체의 57.2%를 차지하였으며, 42.8%의 응답자가 자녀에게 용돈을 주지 않는다고 대답하였다.

용돈을 주는 방법에 대해서는 전체의 31.28%의 어머니가 자녀가 요구할 때마다 평균 6백 10원을 준다고 응답하였으며, 15.9%의 어머니는 하루기준으로 평균 4백50원, 8.21%의 어머니는 일주일 기준으로 평균 1천8백원의 용돈을 준다고 응답하였다.

<표 5> 유아에 대한 용돈

항목	구분	N(%)	M(SD)
자녀에게 용돈을 주는가	예	111(57.2)	
	아니오	83(42.8)	
	무응답	1	
용돈을 어떤 방법으로 주는가?	자녀가 요구할때마다 준다	61(31.28)	610원(5.32)
	하루에 얼마씩 준다	31(15.90)	410원(2.36)
	일주일에 얼마씩 준다	16(8.21)	1800원(21.30)
	무응답	87(44.62)	
합계		195(100.0)	

<표 6>은 유아에 대한 비용이 어머니의 사회·인구학적 변인에 따라 어떠한 차이를 나타내는가에 대한 결과를 보여주고 있다.

우선 매달 유아 1인에게 드는 교육비는 어머니의 연령(F=3.05, p<.05), 어머니 학력(F=15.39, p<.001), 그리고 가정의 소득(t=-3.71, p<.001)에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다. 구체적으로 살펴보면, 어머니 연령이 40세 이상인 경우(M=234.37)가 40세 미만(M=126.25, 191.75)보다 유아의 한달 교육비가 평균 4만3천원에서 10만8천원 정도로 나타났으며, 학력이 '대학원졸'인 어머니(M=366.67)가 대졸이하의 어머니(M=155, 167.80, 214.21) 보다 평균 15만2천원에서 21만1천원 정도 차이가 나타났다. 소득별로는 150만원 이상의 가정(M=204.91)이, 150만원 미만의 가정(M=161.39)보다 평균 교육비가 4만3천원 정도 높은 것을 볼 수 있다.

<표 6> 사회·인구학적 변인에 따른 유아에 대한 비용의 일원분산분석 및 t검증 결과

단위:천원

	한달 유아1인당 교육비	한달 물품구입비	한달용돈
	M(SD)	M(SD)	M(SD)
어머니 연령	F=3.05*	F=0.09	F=0.61
20-29세	126.25(58.79)	37.50(25.00)	7.50(6.45)
30-39세	191.75(86.73)	43.75(34.49)	3.98(6.55)
40세이상	234.37(84.46)	37.50(22.17)	3.56(6.21)
어머니 학력	F=15.39***	F=3.46**	F=1.36
중졸	155.00(63.64)	15.00(21.21)	1.00(1.31)
고졸	167.80(56.73)	38.40(27.34)	4.84(7.48)
대졸	214.21(96.11)	51.27(34.62)	3.27(5.30)
대학원졸	366.67(128.17)	61.67(75.74)	1.50(2.35)
가정의 소득	t=-3.71***	t=-2.05*	t=-1.32
50-149만원	161.39(62.39)	37.22925.93)	2.96(5.82)
150만원이상	204.91(91.59)	46.90(35.32)	4.38(6/71)
어머니 직업 유무	t=-0.12	t=-0.87	t=-2.85**
직업 無	193.43(85.69)	43.12(34.23)	3.07(5.60)
직업 有	195.13(91.26)	47.73(31.31)	6.38(7.93)

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

유아를 위한 한달 물품구입비는 어머니학력(F=3.46,p<.01)과 가정의 소득(t=2.05,p<.05)에 따라 유의한 차이가 나타났다. 먼저 학력이 높은 어머니(M=51.27, 61.67)가 학력이 낮은

어머니(M=15, 38.40)에 비해 한달 평균 물품구입비가 1만3천원에서 4만6천원 정도 높게 조사되었으며, 가정의 소득이 높은 어머니(M=46.90)가 소득이 낮은 어머니(M=37.22)에 비해 평균 물품구입비로 9천원 정도 많이 사용하는 것으로 나타났다.

유아의 한달 용돈은 어머니직업 유무(t=-2.85, p<.01)에 따라 유의미한 차이를 보였는데, 직업이 있는 어머니의 경우(M=6.38)에 직업이 없는 어머니(M=3.07)보다 한달 평균 3천원 정도 유아에게 용돈을 더 준다고 볼 수 있다.

3. 유아/어머니의 소비자 행동간의 관계

<표 7>은 유아와 어머니의 소비자 행동을 나타내는 모든 하위변인들간에 어느 정도의 관련성이 있는가를 알아보기 위해 적률상관계수(Pearson's r)를 산출한 결과이다.

유아의 소비자 행동변인 간에는 유아의 절약생활과 유아의 소비자 역할사이엔 r=.32의 유의한 정적상관이 있으며(p<.001), 유아의 용돈사용이 유아의 절약생활과(r=.22, p<.01), 유아의 구매행동이 유아의 소비자 역할과(r=.15, p<.05) 유의한 정적상관을 보였다.

어머니의 소비자 행동변인사이엔는 가계관리, 절약생활, 구매행동, 소비자 역할간에 모두 r=.28에서 r=.54사이의 정적상관관계가 있는 것으로 나타났다(p<.001).

유아와 어머니의 소비자 행동간의 관계에 있어서는 유아의 용돈사용 변인 이외의 대부분의 변인에서 비교적 관련성이 있는 것으로 나타났다. 특히 유아의 절약생활과 어머니의 가계관리 및 절약생활, 그리고 유아의 구매행동과 어머니의 소비자 역할사이엔는 r=.36이상의 유의미한 정적상관이 있는 것으로 조사되었다(p<.001). 유아의 용돈사용은 어머니의 가계관리와 r=.19의 유의한 정적상관을 보이고 있으나(p<.05), 어머니의 다른 소비자행동 하위변인과 유아의 용돈사용과는 관련성이 거의 없다고 볼 수 있다.

4. 유치원 형태(공/사립)와 유아/어머니의 소비자 행동

유치원의 형태에 따라 유아와 어머니의 소비자 행동간에 어떠한 차이가 있는가를 알아본 결과는 <표 8>에 제시되어 있다.

유아와 어머니의 소비자 행동 하위변인들의 대부분이 유치원 형태에 따라 그 평균에 유의미한 차이가 나타나지 않았으나, 유아의 구매행동은 t=-2.08로 유치원 형태에 따라 유의한 차이를 보였다(t=2.08, p<.05). 즉, 사립유치원의 유아들(M=15.44)이 공립유치원의 유아들(M=14.69)보다 구매행동에 있어 비교적 계획적이고 절약적임을 알 수 있다.

<표 7> 유아/어머니의 소비자 행동간의 상관관계

(N=195)

		1	2	3	4	5	6	7	8
유아	1. 용돈사용	1.00							
	2. 절약생활	.22**	1.00						
	3. 구매행동	.12	.13	1.00					
	4. 소비자역할	.01	.32***	.15*	1.00				
어머니	5. 가계관리	.19*	.39***	.18*	.18*	1.00			
	6. 절약생활	-.01	.39***	.23**	.27***	.54***	1.00		
	7. 구매행동	.14	.22**	.19*	.21**	.40***	.35***	1.00	
	8. 소비자역할	.02	.18*	.36***	.14*	.28***	.34***	.37***	1.00
	평균	14.82	17.43	15.19	9.68	37.32	16.31	28.85	31.25
	표준편차	2.73	3.36	2.38	2.66	5.99	2.30	3.21	4.15

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

<표 8> 유치원 형태(공/사립)와 유아/어머니의 소비자 행동에 관한 t검증 결과

구분	유아			
	용돈사용	절약생활	구매행동	소비자역할
	M(SD)	M(SD)	M(SD)	M(SD)
공립	t=-0.60 14.65(2.71)	t=-0.22 17.35(3.29)	t=-2.08* 14.69(2.32)	t=1.03 9.95(2.39)
사립	14.93(2.76)	17.46(3.41)	15.44(2.38)	9.54(2.79)
어머니	어머니			
	가계관리	절약생활	구매행동	소비자역할
	t=0.45 37.60(5.83)	t=-0.15 16.27(2.70)	t=1.41 29.32(3.27)	t=-1.31 30.61(5.12)
사립	37.19(6.08)	16.32(2.09)	28.62(3.18)	31.56(3.57)

V. 요약 및 결론

1. 요약

본 연구 목적은 유아의 소비자로서의 행동을 알아보고 그 변인을 파악해 봄으로서 유아의 소비자 교육을 위한 기초자료를 제공하는 데 있다.

연구방법은 질문지 조사 방법으로서 어머니용과 유아기 자녀용으로 각각 구성되었으며, 유치원에 취원중인 유아 195명과 그 어머니 195명을 대상으로 자료를 수집, 분석하였다.

본 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

1) 유아/어머니의 소비자 행동의 사회.인구학적 변인에 따른 차이

(1) 유아의 용돈사용은 학력이 높은 어머니의 자녀가 학력이 낮은 어머니의 자녀보다 용돈을 규모있게 관리하며, 유아의 소비자 역할에 있어서는 어머니의 연령이 40세 이상인 유아가 40세 미만인 어머니의 유아보다 소비자 권리실천을 잘하는 편이며, 어머니가 직업이 있는 경우가 없는 경우보다 유아의 소비자 권리실천 수준이 높다. 반면에 유아의 절약생활과 구매행동은 어머니의 사회.인구학적 변인에 따라 유의한 차이가 없다.

(2) 사회.인구학적 변인에 따른 어머니 자신의 소비자 행동에 있어서는 30세 미만의 어머니들이 30세 이상의 어머니들보다 구매행동이 계획적이며, 직업이 있는 어머니들이 전업주부들보다 소비자 권리실천 수준이 높은 것으로

나타났다. 반면에 가계관리와 절약생활에 있어서는 변인별로 유의한 차이가 없다.

2) 유아에 대한 비용과 사회.인구학적 변인간의 관계

(1) 유아에 대한 한달 평균 비용은 교육비가 193,900원이며, 한달간 유아를 위해 지출하는 물품 구입비는 평균 44,400원, 한달 평균 용돈은 4,020원이다.

(2) 유아기 자녀의 용돈에 대한 내용은 용돈을 주는 경우가 57.2%다. 용돈을 주는 방법에서는 전체의 31.28%의 어머니가 자녀가 요구할 때마다 평균 610원을 준다고 응답한데 비해, 15.9%는 하루에 평균 450원, 8.21%는 일주일 단위로 평균 1,800원을 준다.

(3) 유아에 대한 한달 교육비는 어머니의 연령이 많을수록(20대<30대<40대), 학력이 높을수록(중졸<고졸<대졸<대학원졸), 가정의 소득이 많을수록(50-149만원<150만원 이상) 많이 지출한다. 반면에 어머니의 직업 유무에 따라서는 유의한 차이가 없다.

(4) 유아를 위한 한달 물품 구입비는 어머니의 학력이 높을수록, 가정의 소득이 많을수록 많이 지출하는데 비해, 어머니의 연령과 직업 유무에 따라서는 유의한 차이가 없다.

(5) 유아의 한달 용돈은 직업이 있는 어머니가 전업 주부보다 많이 주는데 비해, 어머니의 연령과 학력, 가정의 소득간에는 유의한 차이가 없다.

3) 어머니의 소비자 행동과 유아의 소비자 행동간의 관계

본 연구 결과에 의하면 어머니의 소비자 행동이 유아의 소비자 행동에 영향을 주며, 특히 유아의 절약생활과 어머니의 가계관리 및 절약생활, 유아의 구매행동과 어머니의 소비자로서의 권리 실천과 관련된 역할간에는 유의미한 정적 상관($r=.36, p<.001$)이 있는 것으로 나타났다. 유아의 용돈사용과 어머니의 가계관리간에도 유의미한 정적상관($r=.19, p<.05$)이 있다. 반면에 어머니의 소비자행동에 관한 다른 변인과 용돈 사용과는 거의 관련성이 없는 것으로 나타났다.

4) 유치원의 형태와 유아/어머니의 소비자 행동간의 차이에 있어서는 사립 유치원의 유

아들이 공립 유치원의 유아들보다 구매행동이 비교적 계획적이고 절약적이다. 반면에 나머지 변인들에 있어서는 유의미한 차가 없다.

5) 유아/어머니의 소비자 행동은 주거형태(단독 주택/아파트)에 따른 차이에 있어서는 유의한 차이가 없다.

2. 결론 및 제언

본 연구 결과에 의하면 어머니의 소비자 행동이 유아의 소비자 행동에 영향을 미치며, 특히 유아의 절약생활과 어머니의 가계관리 및 절약생활, 유아의 구매행동과 어머니의 소비자로서의 권리실천과 관련된 역할간에는 유의미한 정적상관($r=.36, p<.001$)이 있는 것으로 나타나므로 어머니의 가계관리 및 절약생활이 유아기 자녀의 절약생활에 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 유아의 용돈사용과 어머니의 가계관리 간에도 유의미한 정적상관($r=.19, p<.15$)이 있는 것으로 나타났다. 그러나 어머니의 소비자 행동에 관한 다른 변인과 용돈사용간에는 유의미한 관계가 없는 것으로 나타나므로 유아기 자녀의 용돈사용은 어머니의 가계관리에 가장 많은 영향을 받는다고 할 수 있다.

따라서 본 연구자는 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

어머니의 소비자 행동이 유아기 자녀의 소비자 행동에 영향을 미친다는 결과가 나타났으므로 유아기부터 올바른 소비자 행동에 관한 교육이 필요하며, 어머니의 바람직한 소비자 행동 모델이 요구되므로 어머니의 바른 소비자 행동 교육이 필요하다고 본다. 따라서 유아교육기관에서 유아 및 어머니를 대상으로 올바른 소비자 행동 교육 프로그램의 개발이 요구된다.

참 고 문 헌

- 김 경자(1988), 소득계층별 비교를 통한 저소득층 소비자 문제에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김 영모(1980), 한국인의 계층구조와 그 이동에 관한 연구, 중앙대학교 논문집 24.
- 김 영옥(1987), 아동 소비자 기능 및 관련 요인에 관한 연구, 서울대 대학원 석사학위 논문.
- 김 지희(1989), 어머니의 소비자 사회화 수준이 자녀의 소비자 기능에 미치는 영향에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 성 영애(1988), 소비자 교육내용을 중심으로 한 소비자 교육에 대한 요구 분석, 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 성 지미(1988), 저소득층의 소비자 기능과 소비자 문제 인지에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 윤 정혜(1986), 도시 저소득층 소비자의 경제 문제에 관한 연구, 한국가정관리학회지, 제4권 2호.
- 윤 종희(1978), 학습기 자녀에 대한 어머니의 소비자 교육태도 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이 기춘(1974), 소비자 행동에 관한 연구 I, 대한 가정학회지 12권 2호.
- _____ (1985), 소비자 능력개발을 위한 소비자교육에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이 기춘, 서 정화(1988), 소비자 능력과 소비자 역할 수행만족에 관한 연구, 한국가정관리학회지 6권 1호.
- 이 재은((1980), 어머니와 자녀의 소비자 행동에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 월간 소비자시대, 1988, 4월호.
- 정 진화(1985), 청소년 소비자 지식과 소비자 행동에 관한 기초 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- Brim, O.G.(1966), "Socialization through the Life Cycle", Socialization after Childhood, ed., Beim, O. & Wheeler, NY :John Willy & Sons, Inc.
- Elkum, F. & Handel, Gerald(1978), The Child and Society : The Process of Socialization, 3rd. ed., NY:Random House.
- Engel, A& Blackwell, R.D.(1982), Consumer Behavior, 4th ed., The Dryden Press.
- Jacobson, L.(1968), Consumer Education

Needs of Young Families in Texas,
Master's Thesis Iowa State Uni.

Stampfl, R.W.(1978), The Consumer Life
Cycle, Journal of Consumer Affairs,
vol 12.

Ward, S.(1974), Consumer Socialization,
Journal of Consumer Research, vol. 1
September.