

## 초등학생의 식생활관리 태도에 따른 식품구매 행동 및 식생활 소비지능력 비교

박 옥 희\* · 이 경 애\*\*§

부산상당초등학교,\* 부산교육대학교 실과교육과 및 아동영양교육연구소\*\*

### The Comparisons of Elementary School Children's Food Purchasing and Consumer Competency for a Healthier Diet by Their Attitude toward the Meal Management

Park, Ok-Hee\* · Lee, KyoungAe\*\*§

Busan Sangdang Elementary School,\* Busan 612-030, Korea

Department of Practical Arts Education and Centre for Child Nutrition Education,\*\*

Busan National University of Education, Busan 611-736, Korea

#### ABSTRACT

In this study elementary school children's food purchasing and consumer competency for a healthier diet were compared by their attitude toward the meal management. The subjects were 779 sixth grade elementary school children (417 boys and 362 girls) in Busan. They were classified into three groups: 'High' was composed of 226 subjects who had more than the mean  $+1/2$  SD of attitude toward the meal management; 'Medium' was composed of 343 subjects who had the mean  $\pm 1/2$  SD; and 'Low' was composed of 210 subjects who had the less than the mean  $-1/2$  SD. The results were as follows. The high group had less pocket money than the low group, and thought that their allowances were adequate to their needs. They also had a habit of entering amounts into an account book. The children in the low group purchased mostly snacks without making or practicing a budget. The high group purchased yogurt, fruit, or bread as snacks more frequently than the low group. More children checked the nutrient facts on the package in high group than in the low group. There were no significant differences in the consumer's knowledge of a healthy diet among the groups; but there were significant differences in the consumer's skill, and the consumer's attitude toward a healthy diet among the groups. The high group had higher skills and more positive attitudes than the low group. This research suggests that education can elevate interest and can help develop more positive attitudes toward healthy diets among children. The education can help them to develop planned food purchasing habits, and improve their consumer competency for a healthy diet. (Korean J Nutr 2008; 41(4): 353~364)

**KEY WORDS:** elementary school children, food purchasing, consumer competency, attitude toward meal management.

#### 서 론

현대 사회에서는 아동들의 소비 행위와 소비 영역이 커지고 있으며<sup>1)</sup> 일부에서는 과소비로 빠져 가고 있고 어른들의 소비 행동까지 모방하는 현상 등 소비가 아동 자신의 일상생활에서 매우 중요한 위치를 차지하고 있다. 따라서 아동들도 소비 생활의 질적 향상을 도모하기 위해 자신의 소

비자 문제를 소비자 역할과 관련된 문제로 인식하여 자주적으로 문제를 해결할 수 있는 능력을 갖추는 것이 필요하게 되었다.<sup>2,3)</sup>

아동기는 부모에 의존된 시기이나 소비 능력의 발달이 시작되는 시기이므로 시장경제 체제 하에서 아동들은 소비자로서 기능을 하는데 필요한 지식, 기능 및 태도를 습득해 나가는 과정인 소비자 사회화의 중요한 시기가 된다.<sup>4)</sup> 아동기는 스스로 구매 의사 결정을 하여 소비자 역할이 확대되어 가는 초기 단계이나 소비 생활에 대한 인식이나 경험이 부족하여 동료 집단의 영향을 많이 받음으로써 유행에 민감하고<sup>5)</sup> 포장과 광고 등에 현혹되기 쉬워 소비에 대한 욕망의 절제가 어려우므로 소비자의 역할을 제대로 수행하지

접수일 : 2008년 4월 10일 / 수정일 : 2008년 5월 14일

채택일 : 2008년 5월 23일

§To whom correspondence should be addressed.

E-mail : kalee@bnue.ac.kr

못하게 되며 청소년과 성인 시기에 이르러서도 소비자의 역할 발달이 제대로 이루어지지 않는 경우가 있다.

바람직한 소비자 행동은 무의식적 경험에 의한 것보다는 조기에 의도적인 경험과 훈련을 통해서 효과를 높일 수 있으므로 의도적이고 체계적인 소비자교육으로 초등학교에서부터 소비자 능력을 기르도록 해야 한다.<sup>6)</sup> 주어진 용돈의 범위 내에서 다양한 욕구의 순서에 맞추어 구매 행동을 조정하고, 상품을 바르게 사용·관리하며 환경을 고려하여 상품을 폐기하는 소비자 행동의 전 과정에서 요구되는 소비자 능력은 아동이 현재의 삶을 영위하는데 필수적인 부분이 되었을 뿐 아니라 성인기 이후의 삶에까지 영향을 미치게 된다는 점에서 더욱 중요하다.<sup>3)</sup>

초등학교 실과교과는 아동의 가정생활을 중심으로 현재와 미래 생활에 대처할 수 있는 능력을 기르게 하는 교과로서 제1차 교육과정부터 소비자교육을 학습 내용으로 다루고 있으며 현행 제7차 교육과정에서는 생활기술 영역에서 식품 소비와, 조리 기구나 전기 기구를 다룰 때 주의할 점, 생활 자원과 환경 관리 영역에서는 용돈 관리하는 방법, 쓰레기 분리수거, 생활 자원 절약과 생활용품 재활용하기 등의 소비자교육 내용을 다루고 있다.<sup>7)</sup> 그러나 아동소비자 교육의 내용 체계에 비추어 볼 때<sup>8)</sup> 현행 실과 교과에서의 소비자교육 내용은 자원관리 교육의 금전관리 (용돈 관리하기), 소비자 시민교육의 환경보호 (재활용과 쓰레기 분리수거) 내용에 한정되어 있으며 가치관 교육의 소비윤리 (아껴 쓰기)가 일부 포함되어 있을 뿐이다.<sup>9)</sup> 따라서 아동이 소비자로서 책임과 역할을 다할 수 있도록 하기 위해 실과 소비자교육은 자원관리 교육의 수준에서 벗어나 소비자 가치교육, 합리적인 구매교육, 소비자 시민교육으로 확대되어야 한다.<sup>9)</sup>

특히 초등학교 식생활교육 영역에서의 소비자교육은 성장이 왕성한 아동기에 바른 식품의 선택이 아동의 건강과 성장 발육에 직접적인 영향을 미친다는 점을 고려할 때 매우 필요하다. 따라서 아동들에게 식품 선택 및 소비와 관련한 올바른 소비자능력을 갖추도록 지도하는 것은 아동의 실생활 적응능력을 키워주는 식생활교육의 중요한 일부가 된다는 점에서 매우 중요하다.<sup>3)</sup>

아동의 소비 행태를 조사한 연구<sup>10)</sup>를 살펴보면 아동들은 부모로부터 받는 용돈의 40% 내외를 군것질 등 식품을 구매하는데 쓰는 것으로 나타났다. 그러나 최근에는 가공 식품의 종류가 다양해지고 아동의 식품구매의 기회가 많아져 아동들은 식품을 구매할 때 여러 가지 갈등을 겪고 있으며 아동에게 위해한 식품을 제조 판매하여 사회적으로 문제시되는 사례도 증가하고 있는 현실이다.<sup>11)</sup> 이와 같이

최근에 아동들은 상품화된 식품을 자기가 직접 구입하여 이용하는 기회가 증가하고 있어 아동들의 올바른 식습관 형성과 건강 및 성장 발달을 위해서는 식생활과 관련한 보다 실제적인 소비자교육이 이루어져야 한다. 이를 위해서는 먼저 현재 아동들의 식품구매 행동과 식생활과 관련한 소비자 능력의 정도를 정확히 파악하고 있어야 한다.

이에 본 연구에서는 아동의 식품구매 행동과 식생활 소비자능력을 파악하고 이를 식생활관리에 대한 태도에 따라 비교분석함으로써 아동 식생활교육에 활용될 수 있는 기초 자료를 제공하고자 하였으며 아동소비자가 식생활과 관련하여 시장을 바르게 이해하고 효과적인 소비자역할을 할 수 있도록 소비자능력을 배양시키는데 도움이 되고자 하였다.

## 연구방법

### 조사대상

본 조사에서는 다단계 군집 표집에 의해 부산광역시 6개 교육청별로 2개교씩 총 12개 초등학교를 표집하고 표집된 학교의 6학년 각 2개 학급을 다시 표집한 후 표집된 학급 6학년 남학생 417명, 여학생 362명 총 779명을 조사대상자로 하였다.

### 조사 내용 및 조사 방법

본 연구는 설문 조사를 통하여 이루어졌고 조사내용은 초등학교 아동의 ① 식품 구매 행동 ② 식생활 소비자능력 (소비자지식, 소비자기능, 소비자역할·태도) ③ 식생활관리 태도의 3가지로 이루어져 있다.

식품구매 행동은 용돈 관리, 간식류 구매에 대한 용돈 사용, 간식류 구매, 가공식품의 식품표시 활용 실태로 구성되었다.

본 연구에서 식생활 소비자능력이란 식생활과 관련하여 한 개인이 알고 있는 물건을 구매, 소비, 관리하는 소비자의 역량이나 재능을 말하며 이를 측정하기 위한 식생활 소비자능력 조사도구는 식생활 소비자지식, 식생활 소비자기능, 식생활 소비자역할에 대한 태도로 구성되었다. 소비자 지식 문항은 '맞다' 또는 '아니다'로 답하게 하였고 소비자기능과 소비자역할에 대한 태도는 '매우 그렇다'에서 '전혀 그렇지 않다'의 5단계 Likert 척도로 구성하였다. 본 연구의 식생활 소비자지식에 관한 조사 내용은 장홍섭<sup>12)</sup>의 소비자지식 구성개념과 각 구성개념에 대한 상세내용을 참고로 ① 제품지식은 식품 범주, 식품 범주 내 상표인식, 식품의 속성이나 특성, 식품 상표에 대한 신념 ② 구매지식은 구매 장소와 시기 ③ 사용지식은 식품 사용 정보와 사용 방법으로 정하고 각 구성개념에 대해 각각 4문항, 2문항, 4문

항의 총 10문항으로 개발하였다. 식생활 소비자기능에 관한 조사 내용은 관련 연구들<sup>13-19</sup>을 참고로 구성개념을 ① 구매기능 (구매 전 행동, 구매과정의 행동과, 구매 후 행동) ② 금전관리기능 (제품 소비의 긴요도 고려와 소비에 대한 예산 및 절약) ③ 정보획득기능 (제품정보의 획득과 제품정보의 사용) ④ 불만처리기능 (불만처리 행동)으로 정리하여 각각 5문항, 2문항, 2문항, 1문항을 개발하였다. 식생활 소비자역할에 대한 태도에 관한 조사 내용은 관련 연구들<sup>13,20</sup>을 참고로 구성개념을 ① 소비자권리 (상품 탐색 시 주의, 불량 제품과 유해물질) ② 소비자책임 (제품 문제 지적과 제품 문제에 대한 소비자 참여) ③ 소비자태도 (소비자역할과 소비자태도)로 정리하여 각각 6문항, 2문항, 2문항을 개발하였다. 본 식생활 소비자기능과 식생활 소비자역할에 대한 태도 조사도구의 신뢰계수는 각각 Cronbach's  $\alpha = 0.80$ 과  $0.62$ 이었다. 본 연구의 식생활관리 태도는 식생활관리에 대한 태도로서 아동 수준의 식생활관리 내용, 즉 식생활 관리 전반 3문항, 식품구입 2문항, 식사준비 9문항, 식탁준비 및 대접하기 2문항, 설거지 2문항의 총 18문항으로 구성된 Hur와 Lee<sup>21</sup>의 조사 내용을 그대로 사용하였다. 이들 문항들은 '매우 그렇다'에서 '전혀 그렇지 않다'의 5단계 Likert 척도로 구성되었으며 신뢰도는 Chronbach's  $\alpha = 0.83$ 이었다. 설문지는 조사대상 아동에게 배부되어 담임교사의 주도하에 기입하도록 한 후 그 자리에서 모두 회수하여 분석 자료로 사용하였다.

**자료 분석**

본 연구에서는 배포된 총 840부 설문지 중 불충실하게

응답된 설문지를 제외하고 총 779부를 SPSS 14.0K 프로그램을 이용하여 통계 처리하였다. 식생활 소비자지식 문항은 맞으면 1점 틀리면 0점으로 하였고 식생활 소비자기능과 소비자 역할에 대한 태도, 식생활관리 태도 문항은 '매우 그렇다' 5점에서 '전혀 그렇지 않다' 1점으로 점수화하여 분석하였다.

초등학생의 식생활관리 태도에 따른 식생활 소비자능력의 차이를 보기 위해 먼저 식생활관리 태도의 총점의 평균을 기준으로 평균 +1/2표준편차 이상을 '상위집단', 평균  $\pm 1/2$ 표준편차 범위를 '중위집단', 평균 -1/2표준편차 이하를 '하위집단'으로 나누었다. 식품구매 행동은 이들 집단에 따라 각 문항에 대해 빈도와 백분율을 구하고  $\chi^2$  test로 집단별 차이를 검증하였고 식생활 소비자능력은 구성요소 (지식, 기능, 역할에 대한 태도)별로 집단 간 평균 및 표준편차를 구하고 F-test로 차이를 검증하였으며 Tukey test로 사후 검정을 실시하였다.

**결 과**

본 연구에서는 초등학생의 식생활관리 태도에 따른 식품구매 행동 및 식생활 소비자능력의 차이를 비교 분석하였으며 그 결과는 다음과 같다.

**식품구매 행동**

**용돈 관리**

본 조사대상자들의 식생활관리 태도에 따른 용돈 관리는 Table 1과 같다. 집단간의 유의적 차이 없이 아동들은 60%

**Table 1.** Comparisons of the amount and spending plan of the pocket money by the Groups

Amount and spending plan of the pocket money		Groups <sup>1)</sup>			Total	$\chi^2$ value
		High (n = 226)	Medium (n = 343)	Low (n = 210)		
Period of taking a pocket money	Anytime if need	87 (38.5)	136 (39.8)	72 (34.6)	295 (38.0)	4.36
	Everyday	32 (14.2)	61 (17.8)	36 (17.3)	129 (16.6)	
	Weekly	67 (29.6)	99 (28.9)	68 (32.7)	234 (30.2)	
	Monthly	40 (17.7)	46 (13.5)	32 (15.4)	118 (15.2)	
Amount of pocket money (won/month)	fewer than 10,000	92 (40.9)	118 (34.6)	66 (31.4)	276 (35.6)	12.7*
	10,000-30,000	103 (45.8)	177 (51.9)	104 (49.5)	384 (49.5)	
	30,000-50,000	26 (11.6)	40 (11.7)	28 (13.3)	94 (12.1)	
	Over 50,000	4 ( 1.8)	6 ( 1.8)	12 ( 5.7)	22 ( 2.8)	
Filling the incomings and outgoing in account book	Always filling the both	23 (10.2)	20 ( 5.8)	10 ( 4.8)	53 ( 6.8)	35.5***
	Always filling only one of the both	3 ( 1.3)	2 ( 0.6)	4 ( 2.0)	9 ( 1.1)	
	Sometimes filling the both	78 (34.5)	103 (30.0)	32 (15.2)	213 (27.3)	
	Never filling the both	122 (54.0)	218 (63.6)	164 (78.1)	504 (64.7)	

\*: p<0.05, \*\*\*: p<0.001

<sup>1)</sup>Groups were classified into three; 'High' was composed of 226 subjects who had the more than mean +1/2 SD of the attitude toward the meal management, 'Medium' was composed of 343 subjects who had the mean  $\pm 1/2$  SD of them, and 'Low' was composed of 210 subjects who had the less than mean -1/2 SD of them.

이상이 기간을 정해놓고 용돈을 받고 있었으며 그 중 1주일에 한번 용돈을 받는 아동이 전체의 30.2%로 가장 많았고 필요할 때 수시로 용돈을 받는 아동은 전체의 38%이었다. 한 달 용돈액은 세 집단 모두 1만원 이상에서 3만원 이하의 용돈을 받는 아동이 전체의 49.5%로 가장 많았다. 그리고 1만원 이하의 용돈을 받는 아동은 상위집단이 전체의 40.9%로 하위집단 31.4%에 비하여 많았지만 반면 5만원 이상을 받는 아동은 하위집단이 전체의 5.7%로 상위·중위집단에 비하여 많은 비율을 차지하여 아동들의 용돈은 집단 간 유의적인 차이를 보였다. 용돈 기입장에 수입·지출 쓰기는 집단 간 유의적인 차이가 있어 언제나 적거나 가끔 적는 아동이 상위집단에서 많았고 전혀 적지 않는 아동은 하위집단이 많았다. 따라서 이를 통해 식생활관리에 대한 태도가 바람직한 아동이 용돈을 계획성 있게 사용하려고 함을 알 수 있었다.

**간식류 구매 시 용돈 사용**

본 조사대상자들의 식생활관리 태도에 따른 간식류 구매 시 용돈사용은 Table 2와 같다. 상위집단은 ‘가끔 예산을 짜고 실천한다’가 35.8%, ‘언제나 예산을 짜고 반드시 실천한다’가 15.9%이었으나 중위집단과 하위집단은 ‘예산 을 짜지 않고 마음대로 한다’가 39.4%와 48.6%로 하위 집단일수록 간식류 구매시 예산 없이 마음대로 구매하는 것으로 나타났다. 간식류 구매시의 용돈 사용 비율은 세 집

단 모두 간식류 구매시 용돈을 거의 사용하지 않는 아동이 40% 내외였고 용돈의 대부분을 사용하는 아동은 집단 간의 차이 없이 3.3%에 불과하였다. 그러나 용돈의 1/2을 간식류 구매에 사용하는 아동이 전체의 15.7%나 되어 바른 용돈사용 지도가 요구된다. 간식류 구매로 사용되는 용돈이 ‘적절하다’고 답한 아동은 전체의 47.4%로 세 집단 모두 가장 많은 비율을 차지했다. 간식류 구매로 사용되는 용돈이 ‘많다’고 답한 아동은 27.2%나 되었으나 ‘너무 적다’고 생각하는 아동의 비율은 하위·중위집단보다 상위집단이 적어 집단 간 유의적인 차이를 보였다. 세 집단 모두 간식류 구매로 사용되는 용돈에 대한 절약 의식이 높았으나 집단 간의 차이를 보여 상위집단과 중위집단은 각각 86.2%와 83.8%인데 반해 하위집단은 75.5%이었고 절약 의식이 없는 아동도 전체의 17.8%나 되어 특히 하위집단에 대한 지도가 요구된다.

이상의 결과로 볼 때 간식류 구매에 대한 예산 계획 및 실천, 용돈사용 정도, 절약 의식 등이 상위·중위집단에 비해 하위집단이 낮았으며 따라서 식생활관리 태도가 바람직한 아동이 간식류 구매에 대한 용돈 사용을 바람직하게 하고 있음을 알 수 있었다.

**간식류 구매**

본 조사대상자들의 식생활관리 태도에 따른 간식류 구매는 Table 3과 같다. 간식류 구매 시 고려사항은 집단 간 차

**Table 2.** Comparisons of spending the pocket money for purchasing snacks by the Groups No. (%)

Spending the pocket money for purchasing snacks		Groups <sup>1)</sup>			Total	χ <sup>2</sup> value
		High	Medium	Low		
Making and practicing the budget for purchasing snacks	Always	36 (15.9)	41 (12.0)	17 ( 8.2)	94 (12.1)	24.1**
	Make always, but not practice the budget	17 ( 7.5)	15 ( 4.4)	10 ( 4.8)	42 ( 5.4)	
	Make and practice the budget sometimes	81 (35.8)	105 (30.6)	50 (24.0)	236 (30.4)	
	Make sometimes, but not practice the budget	25 (11.1)	47 (13.7)	30 (14.4)	102 (13.1)	
	Never	67 (29.6)	135 (39.4)	101 (48.6)	303 (39.0)	
Ratio of the pocket money for snacks	About zero	101 (44.7)	135 (39.4)	90 (42.9)	326 (41.8)	7.13
	About 1/3	93 (41.2)	131 (38.2)	81 (38.6)	305 (39.2)	
	About 1/2	26 (11.5)	62 (18.1)	34 (16.2)	122 (15.7)	
	Almost	6 ( 2.7)	15 ( 4.4)	5 ( 2.4)	26 ( 3.3)	
Opinion of the ratio of the pocket money for snacks	Very much	12 ( 5.5)	19 ( 5.7)	9 ( 4.3)	40 ( 5.3)	24.1**
	Much	49 (22.5)	76 (22.6)	42 (20.3)	167 (21.9)	
	Adequate	108 (49.5)	158 (47.0)	95 (45.9)	361 (47.4)	
	Little	28 (12.8)	44 (13.1)	29 (14.0)	101 (13.3)	
	Very little	21 ( 9.6)	39 (11.6)	32 (15.5)	92 (12.1)	
Consciousness of saving the pocket money for snacks	Have	193 (86.2)	284 (83.8)	157 (75.5)	634 (82.2)	9.41**
	Have not	31 (13.8)	55 (16.2)	51 (24.5)	137 (17.8)	

\*\* : p < 0.01  
<sup>1)</sup> See Table 1

**Table 3.** Comparisons of considering factors in choosing snacks and the kind of them by the Groups No. (%)

Considering factors in choosing snacks and kinds of them	Groups <sup>1)</sup>			Total	$\chi^2$ value
	High	Medium	Low		
Considering factors					14.2**
Taste	116 (53.0)	188 (55.5)	131 (63.3)	435 (56.9)	
Nutrition	25 (11.4)	21 ( 6.2)	9 ( 4.3)	55 ( 7.2)	
Price	75 (34.2)	124 (36.6)	63 (30.4)	262 (34.2)	
Appearance	1 ( 0.5)	2 ( 0.6)	3 ( 1.4)	6 ( 0.8)	
Goods for the gratitude	2 ( 0.9)	4 ( 1.2)	1 ( 0.5)	7 ( 0.9)	
The Kind of snacks <sup>2)</sup>					
Milk	37 (16.4)	62 (18.1)	35 (16.7)	134 (17.2)	
Yogurt	16 ( 7.1)	9 ( 2.6)	8 ( 3.8)	33 ( 4.2)	
Cheese	0 ( 0)	2 ( 0.6)	6 ( 2.9)	8 ( 1.0)	
Baked goods	73 (32.3)	78 (22.8)	43 (20.5)	194 (24.9)	
Rice cake	21 ( 9.3)	33 ( 9.6)	9 ( 4.3)	63 ( 8.1)	
Sandwich	15 ( 6.6)	26 ( 7.6)	13 ( 6.2)	54 ( 6.9)	
Hamburg	15 ( 6.6)	35 (10.2)	23 (11.0)	73 ( 9.4)	
Pizza	1 ( 0.4)	11 ( 3.2)	3 ( 1.4)	15 ( 1.9)	
Cracker	132 (58.4)	232 (67.8)	147 (70.0)	511 (65.7)	
Fruit	21 ( 9.3)	27 ( 7.9)	8 ( 3.8)	56 ( 7.2)	
Fried goods	38 (16.8)	62 (18.1)	32 (15.2)	132 (17.0)	
Fried chicken	8 ( 3.5)	13 ( 3.8)	4 ( 1.9)	25 ( 3.2)	
Juice	67 (29.6)	122 (35.7)	64 (30.5)	253 (32.5)	
Coke	16 ( 7.1)	30 ( 8.8)	26 (12.4)	72 ( 9.3)	
Candy	35 (15.5)	33 ( 9.6)	27 (12.9)	95 (12.2)	
Chocolate	47 (20.8)	49 (14.3)	39 (18.6)	135 (17.4)	
The others	79 (35.0)	128 (37.4)	89 (42.4)	296 (38.0)	

\*\* : p < 0.01

<sup>1)</sup> See Table 1

<sup>2)</sup> Multiple responses

이 없이 전체의 56.9% 아동이 맛을 들었고 다음은 가격이었으며 영양을 생각하는 아동들은 전체의 7.2%에 불과해 간식류 구매에 대한 바른 지도가 요구된다. 구매하는 간식식품의 종류는 상위집단은 과자류 (58.4%), 빵류 (32.3%), 주스류 (29.6%) 순으로 많았고 중위·하위집단은 과자류, 주스류, 빵류 순으로 많았다. 아동들이 간식으로 구매하는 식품은 과자류가 전체의 65.7%, 빵류 24.9%로 주로 탄수화물 식품이 많은 것으로 나타났다. 그러나 상위집단이 중위·하위집단에 비해 요구르트나 과일, 빵류를 간식으로 구매하는 아동이 많았고 과자류를 구매하는 아동의 비율이 낮아 집단에 따라 간식으로 구매하는 식품들 간의 다소 차이를 보였다.

**가공식품의 식품표시 활용**

본 조사대상자들의 식생활관리 태도에 따른 가공식품의 식품표시 활용 실태는 Table 4와 같이 식품 포장지의 영양표시를 본 경험이 있는 아동이 전체의 72.6%로 가장 많았고 30% 미만의 아동들이 본 경험이 없는 것으로 나타났으며 상위집단일수록 식품 포장지의 영양표시를 본 경험이 많

았고 (78.1%) 하위집단일수록 본 경험이 없는 아동이 많아 (33.3%) 식생활관리 태도에 따라 영양 표시에 대한 관심 정도가 차이를 보여 주었다. 가공식품의 식품표시 사항이 아닌 것에 대한 질문에 집단 간의 차이 없이 세 집단 모두 70% 정도가 ‘식품을 만든 사람’으로 응답하여 식품표시에 대해 비교적 바른 지식을 가지고 있었으나 여전히 약 30% 아동들은 식품 표시에 대해 정확히 알지 못하였다. 식품 포장지에 나타난 제조년월일과 유통기한을 바르게 해석한 아동은 전체 90% 이상으로 집단 간의 차이 없이 대부분의 아동들이 식품표시의 유통기한을 비교적 잘 알고 있는 것으로 나타났다.

**식생활 소비자능력**

소비자 능력이란 소비자 사회화 과정을 거쳐 나타난 학습 결과로서 경제의 소비 부분에서 소비자가 현명하게 소비자 역할을 수행하기 위하여 갖추어야 할 기능, 지식, 태도를 의미한다.<sup>18)</sup> 식생활 소비자 능력이란 개인의 다양한 소비활동의장에서 식생활 관련 분야의 적절한 역할 수행을 할 수 있게 하는 역량 또는 능력, 즉 식생활과 관련하여

구매, 소비, 관리하는 소비자의 역량이나 재능을 말한다.

**식생활 소비자지식**

소비자지식은 소비자로서의 역할을 원활히 수행하는데 필요한 지식을 말하며<sup>5)</sup> 소비자능력의 인지적 영역으로 소비자들의 소비 생활과 관련된 지식을 가리킨다. 즉 소비자가 특정 제품이나 서비스에 대하여 가지고 있는 경험이나 정

보의 양을 뜻하며 새로운 정보처리 및 평가에 많은 영향을 미친다.

본 조사대상자들의 식생활관리 태도에 따른 식생활 소비자지식은 Table 5와 같다. 식생활과 관련한 소비자지식 중 제품지식에서는 ‘우유 구입’과 ‘식품 포장지의 영양 표시’에 대한 지식은 높았으나 식품을 만든 재료와 관련한 항목의 지식은 낮았다. 구매지식에서는 ‘대형 마트에서 구입하

**Table 4.** Comparisons of states utilizing food labels by the Groups

Utilizing food labels		Groups <sup>1)</sup>			Total	χ <sup>2</sup> value
		High	Medium	Low		
Experience of looking the food label	Had	175 (78.1)	248 (72.5)	140 (66.7)	563 (72.6)	7.14*
	Had not	49 (21.9)	94 (27.5)	70 (33.3)	213 (27.4)	
Knowledge on the food label	Ingredients	17 ( 7.7)	19 ( 5.7)	8 ( 3.9)	44 ( 5.8)	5.01
	Period of circulation	5 ( 2.3)	9 ( 2.7)	5 ( 2.5)	19 ( 2.5)	
	Company	11 ( 5.0)	20 ( 6.0)	9 ( 4.4)	40 ( 5.3)	
	Storage method	34 (15.4)	54 (16.2)	27 (13.2)	115 (15.2)	
	Manufacturer	154 (69.7)	231 (69.4)	155 (76.0)	540 (71.2)	
Interpreting the period of circulation in the food label	Can not do	23 (10.3)	24 ( 7.1)	21 (10)	68 ( 8.8)	2.29
	Can do	201 (89.7)	316 (92.9)	188 (90.0)	705 (91.2)	

\*: p < 0.05  
<sup>1)</sup>See Table 1

**Table 5.** Consumer's knowledge on the dietary life by the Groups

Consumer knowledge <sup>1)</sup>		Groups <sup>2)</sup>			Total	F value
		High	Medium	Low		
Knowledge on the Products	We must buy milks which are stored in the refrigerator	0.97 ± 0.16 <sup>3)</sup>	0.98 ± 0.15	0.98 ± 0.15	0.96 ± 0.15	0.03
	Crackers and breads are made of cereals	0.62 ± 0.49	0.55 ± 0.50	0.56 ± 0.50	0.57 ± 0.49	1.74
	Nutrient label in packing paper have informations of the amount of nutrients in the food	0.87 ± 0.34	0.91 ± 0.29	0.87 ± 0.34	0.88 ± 0.32	1.51
	I can know if the food is or not the high calorie food	0.77 ± 0.42	0.82 ± 0.38	0.79 ± 0.41	0.80 ± 0.40	1.34
Subtotal (Mean)		0.81 ± 0.17	0.81 ± 0.18	0.80 ± 0.19	0.81 ± 0.18	0.52
Knowledge on the purchase	We must compare the amount of lipid in nutrient label in order to choose the food for growth	0.68 ± 0.47	0.74 ± 0.44	0.77 ± 0.42	0.73 ± 0.44	2.27
	To buy foods at supermarket is more expensive than at store	0.85 ± 0.36	0.84 ± 0.37	0.81 ± 0.39	0.83 ± 0.37	0.76
	Subtotal (Mean)	0.76 ± 0.30	0.79 ± 0.28	0.79 ± 0.31	0.78 ± 0.29	0.67
Knowledge on the utilizing	Eating foods expired the period of circulation is bad for the health	0.95 ± 0.22	0.94 ± 0.23	0.93 ± 0.26	0.94 ± 0.24	0.40
	Instant foods such as '3 minutes Curry' should be surely ate with boiling	0.22 ± 0.41	0.24 ± 0.43	0.30 ± 0.46	0.25 ± 0.43	2.53
	Fast foods contain a high percentage of fat and sodium	0.83 ± 0.37	0.84 ± 0.36	0.77 ± 0.42	0.82 ± 0.39	2.72
	Frozen foods such as Mandu and mini pork cutlet should be stored in a freezer	0.96 ± 0.21	0.96 ± 0.20	0.96 ± 0.19	0.96 ± 0.20	0.05
	Subtotal (Mean)	0.74 ± 0.17	0.75 ± 0.17	0.74 ± 0.18	0.74 ± 0.17	0.15
Total		7.71 ± 1.30	7.82 ± 1.25	7.73 ± 1.35	7.76 ± 1.29	0.58

<sup>1)</sup>Correct response get 1 point, but wrong one get no score  
<sup>2)</sup>See Table 1  
<sup>3)</sup>Mean ± SD

는 것'에 대한 지식은 비교적 낮지 않았으나 '키 크는데 관여하는 식품'에 대한 지식은 낮은 편이었다. 사용지식에서는 유통기한, 패스트푸드의 성분과 식품 보관에 관한 지식은 비교적 높았으나 즉석식품의 사용법에 관한 지식은 매우 낮았다 (0.25 ± 0.43). 식생활 소비자지식의 모든 구성요소 즉 제품 지식, 구매 지식, 사용 지식은 식생활관리 태도의 정도에 따라 유의적인 차이를 보이지 않았다.

**식생활 소비자기능**

소비자기능은 소비자능력의 구성 요인 중 실천적 영역으로서 지식의 응용 및 실제 행동에 해당되는 개념이다. 본 조사대상자의 식생활관리 태도에 따른 식생활 소비자기능은 Table 6과 같이 각 하위 기능에서 모두 집단 간 유의적

인 차이를 보였다. 구매기능에서 '제조년월일이나 유통기한 확인 후 구매'하는 기능은 상위 집단은 4.5점 이상의 높은 수치를 보이거나 하위집단은 3.8점 정도로 집단별로 뚜렷한 차이를 보였고 '광고 내용과 비교 후 구매하는 기능', '구매 전과 구매 후의 생각을 비교하는 기능'과 '여러 회사의 제품과 비교해보고 물건을 구입하는 기능'도 집단별로 뚜렷한 차이를 보였으며 특히 상위집단은 비교적 높은 수치 (3.5 이상)를 보였다. 그러나 '영양 표시를 보고 구매하는 기능'은 세 집단 모두 낮은 기능을 보였고 이 기능 역시 집단 간의 차이를 보였다. 이를 통해 식생활관리 태도에 따라 아동의 식품 구매기능에 차이를 보여 식생활관리에 대한 바람직한 태도를 가진 아동이 그렇지 못한 아동보다 식생활 소비자기능 중 구매기능이 높음을 알 수 있었다.

**Table 6.** Consumer's skill in the dietary life by the Groups

Consumer skill <sup>1)</sup>	Groups <sup>2)</sup>			Total	F value	
	High	Medium	Low			
Management of purchase	I can buy the safe foods by checking the date of manufacture or the period of circulation	4.50 ± 0.83 <sup>3)a</sup>	4.38 ± 0.77 <sup>4a)</sup>	3.84 ± 1.06 <sup>b</sup>	4.27 ± 0.91	35.0 <sup>***</sup>
	I can buy the safe foods with comparing advertisements in newspapers, radios or TV	3.56 ± 1.07 <sup>a</sup>	3.04 ± 1.14 <sup>b</sup>	2.80 ± 1.17 <sup>b</sup>	3.13 ± 1.16	26.8 <sup>***</sup>
	I can compare a motive before buying foods with the thought after buying them	3.76 ± 0.98 <sup>a</sup>	3.34 ± 1.10 <sup>b</sup>	3.08 ± 1.16 <sup>c</sup>	3.39 ± 1.11	21.6 <sup>***</sup>
	I can choose the snacks, which gain not much weight, by checking nutrient label	3.40 ± 1.23 <sup>a</sup>	3.13 ± 1.27 <sup>ab</sup>	2.94 ± 1.27 <sup>b</sup>	3.16 ± 1.27	7.22 <sup>**</sup>
	I can compare snacks made from various company, in order to find out which one is delicious and high quality	3.62 ± 1.21 <sup>a</sup>	3.28 ± 1.21 <sup>b</sup>	2.98 ± 1.27 <sup>c</sup>	3.30 ± 1.25	14.7 <sup>***</sup>
Subtotal (Mean)		3.77 ± 0.67 <sup>a</sup>	3.44 ± 0.67 <sup>b</sup>	3.12 ± 0.77 <sup>c</sup>	3.45 ± 0.74	45.0 <sup>***</sup>
Management of money	I can buy foods, after thinking which one is most necessary	3.86 ± 1.07 <sup>a</sup>	3.48 ± 1.05 <sup>b</sup>	3.14 ± 1.07 <sup>c</sup>	3.50 ± 1.09	25.2 <sup>***</sup>
	I can adjust to budget if spendable money is lack in buying foods and save money	4.06 ± 1.02 <sup>a</sup>	3.78 ± 1.10 <sup>b</sup>	3.42 ± 1.16 <sup>c</sup>	3.76 ± 1.12	18.6 <sup>***</sup>
Subtotal (Mean)		3.96 ± 0.85 <sup>a</sup>	3.63 ± 0.86 <sup>b</sup>	3.28 ± 0.91 <sup>c</sup>	3.63 ± 0.91	32.7 <sup>***</sup>
Gathering informations	I can find out the informations of the foods and the company, that I want to buy on the internet or TV	3.64 ± 1.22 <sup>a</sup>	3.31 ± 1.28 <sup>b</sup>	2.98 ± 1.25 <sup>c</sup>	3.31 ± 1.28	14.9 <sup>***</sup>
	I can find out the informations of the various foods on the internet or TV	3.73 ± 1.15 <sup>a</sup>	3.58 ± 1.21 <sup>a</sup>	3.13 ± 1.15 <sup>b</sup>	3.50 ± 1.20	15.2 <sup>***</sup>
Subtotal (Mean)		3.68 ± 1.08 <sup>a</sup>	3.44 ± 1.12 <sup>a</sup>	3.05 ± 1.09 <sup>b</sup>	3.41 ± 1.13	17.9 <sup>***</sup>
Management of dissatisfactions	I know how to express the dissatisfactions when the matters happen to the purchased foods.	3.80 ± 1.15 <sup>a</sup>	3.39 ± 1.23 <sup>b</sup>	3.18 ± 1.11 <sup>b</sup>	3.45 ± 1.20	16.0 <sup>***</sup>
	Subtotal (Mean)		3.80 ± 1.15 <sup>a</sup>	3.39 ± 1.23 <sup>b</sup>	3.18 ± 1.11 <sup>b</sup>	3.45 ± 1.20
Total		37.99 ± 6.51 <sup>a</sup>	34.71 ± 6.18 <sup>b</sup>	31.39 ± 6.85 <sup>c</sup>	34.77 ± 6.91	54.9 <sup>***</sup>

\*\* : p<0.01, \*\*\* : p<0.001

<sup>1)</sup> Always agree: 5 points, agree: 4 points, So-so: 3 points, Scarcely disagree: 2 points, Always disagree: 1 points

<sup>2)</sup> See Table 1

<sup>3)</sup> Mean ± SD

<sup>4)</sup> There are significant differences among means with different letters at α = 0.05 by Tukey test

금전관리 기능에서는 ‘예산에 맞추어 쓰고 절약하는’ 기능은 상위집단이 4.06점, 중위집단이 3.78점, 하위집단이 3.42점으로 집단 간의 뚜렷한 차이를 보였으며 ‘식품구매 시 필요도 고려’ 기능도 상위집단이 3.86점, 중위집단이 3.48점, 하위집단이 3.14점으로 집단별 뚜렷한 차이를 보였다. 이는 식생활관리 태도가 높은 상위집단일수록 계획적으로 금전 관리를 하고, 하위집단일수록 충동구매를 많이 하고 있음을 의미한다. 또한 이러한 결과는 Table 1과 2에서 상위집단이 하위집단에 비해 용돈 사용에 대해 예산을 세워 사용하고 규모 있게 사용한 결과와 관련을 가진다고 할 수 있다. 따라서 식생활관리 태도가 바람직하지 못한 아동들에 대해 금전 관리에 대한 바른 지도가 더욱 필요하다고 하겠다.

정보획득 기능에서는 ‘인터넷이나 TV로부터 제조 회사와 식품에 대한 정보를 찾아내는 기능’이 집단별로 뚜렷한 차이를 보여 상위집단이 중위·하위집단보다 높아 상위집단은 사고 싶어 하는 식품의 제조 회사와 그 식품에 대한 정보를 찾아낼 수 있는 능력이 큰 것으로 나타났다.

불만처리 기능에서는 ‘내가 산 식품이 문제가 생겼을 때 불만을 표출하는 방법’을 알고 있는 능력이 상위집단은 3.80점, 중위집단은 3.39점, 하위집단은 3.18점으로 집단간 뚜렷한 차이를 보였으며 상위집단은 식품에 문제가 생겼을 때 불만처리 방법을 잘하고 있는 것으로 나타났다.

전체적으로 볼 때 식생활 소비자기능은 하위 기능별로 구매 기능이 3.45점, 금전관리 기능이 3.63점, 정보 획득 기능이 3.41점, 불만처리 기능이 3.45점으로 금전관리 기능이 그 중 가장 높았고, 모든 하위 기능이 식생활관리 태도가 높은 상위집단이 중위집단보다, 중위집단이 하위집단보다 높아 식생활에 대한 태도가 바람직한 아동이 그렇지 못한 아동보다 식생활 소비자기능이 높음을 알 수 있었다.

### 식생활 소비자역할에 대한 태도

소비자역할에 대한 태도는 소비자능력의 정서적 영역에 속하는데 개인의 신념과 감정을 반영하는 것이다. 태도는 어떤 대상에 대하여 지속적으로 호의적 또는 비호의적으로 반응하는 학습된 성향을 말하는데 실제 행동을 유발시킬 수 있는 준비 태세이며 실제 행동과는 구별되는 것이다. 소비자역할에 대한 태도를 보고 그대로 실제 행동을 예측할 수는 없지만 일반적인 소비자행동 경향을 기대할 수 있기 때문에 특히 소비자능력을 학습하는데 소비자역할에 대한 태도가 중요한 것이다.

본 조사대상자의 식생활관리 태도에 따른 식생활 소비자역할에 대한 태도는 Table 7과 같다. 소비자 권리의 ‘구매

식품에서 벌레나 머리카락 등 이물질이 나오면 반드시 바꾸려고 한다.’는 상위집단이 4.40점, 중위집단이 4.18점, 하위집단이 3.80점으로 집단별 뚜렷한 차이를 보였다. ‘여러 가지 과자를 먹어보고 맛있는 것을 선택하려고 한다.’도 상위집단은 3.96점, 중위집단은 3.82점, 하위집단은 3.68점으로 상위집단은 하위집단과 유의적인 차이가 있었다. ‘불량 식품을 만든 기업에 대하여 처벌해야 한다고 생각한다.’도 상위집단이 중·하위집단보다 높았으며 ‘나는 어느 회사의 과자가 더 맛이 있는지 여러 가게를 둘러보고 비교해본 후 구입한다.’는 소비자 권리 중 가장 낮은 점수를 나타내었으나 이 항목에서도 역시 상위집단은 중위·하위집단과 뚜렷한 차이를 보여 상위집단일수록 식품을 구매할 때 여러 가게를 둘러보고 비교해본 후 구입하는 것으로 나타났다.

소비자 책임에서 ‘나는 식품 회사가 몸에 이로운 좋은 과자를 만들도록 노력해야 한다고 생각한다.’는 상위집단이 4.55점, 중위집단이 4.42점, 하위집단이 3.94점으로 상위·중위집단은 하위집단과 유의적 차이를 나타내어 상위·중위집단은 하위집단에 비해 식품 회사가 몸에 이로운 과자를 만들도록 노력해야 한다고 생각하고 있었다. ‘나는 용돈 중간식류 구매에 사용할 돈을 정해놓고 써야 한다고 생각한다.’ 문항은 상위집단이 3.97점, 중위집단이 3.57점, 하위집단이 3.10점으로 세 집단간 뚜렷한 차이를 보여 상위집단일수록 용돈 중 간식류 구매에 사용할 돈을 정해놓고 써야 한다고 생각하고 있었고 이는 Table 2에서 상위집단이 하위집단에 비해 간식 구매에 대한 예산 계획 및 실천을 잘하고 있었던 것과 관련이 있을 것으로 여겨지며 또한 Table 6의 소비자기능 중 금전관리 기능에서 상위집단이 중위·하위집단보다 ‘식품구매 시 예산을 고려하는 기능’이 높았던 것보다도 관련이 있을 것으로 생각된다. ‘식품을 구매할 때 반드시 영양 표시를 확인하려고 한다.’의 항목은 상위집단이 3.52점, 중위집단이 3.00점, 하위집단이 2.70점으로 세 집단이 뚜렷한 차이를 보여 상위집단일수록 식품을 구매할 때 영양 표시를 확인하는 것으로 나타났다. 이는 Table 3에서 상위집단이 중·하위집단보다 간식 구매 식품 선택 시 영양을 고려하는 아동이 많았던 결과와 일치한다.

소비자역할·태도에서 ‘식품첨가물이 적게 들어있는 식품으로 선택하려고 한다.’의 항목은 3.33~2.82점으로 보통 정도 수준이었으나 집단 간 뚜렷한 차이를 보여 상위집단은 중위·하위집단보다 식품첨가물이 적게 들어있는 식품을 선택하려고 함을 알 수 있었다. ‘식품을 구매할 때 유통기한이나 제조년월일을 확인하려 한다.’의 항목은 상위집단 4.47점, 중위집단 4.16점, 하위집단 3.77점으로 바



**Table 7.** Consumer's attitude toward the dietary life by the Groups

Consumer's attitude <sup>1)</sup>	Groups <sup>2)</sup>			Total	F value
	High	Medium	Low		
Consumer's right					
I intend to buy foods with just believing the contents of advertisements on TV or magazines	3.71 ± 1.16 <sup>3)</sup>	3.70 ± 1.01	3.77 ± 1.08	3.72 ± 1.07	0.25
After I eat various snacks, I intend to select the delicious ones among them	3.96 ± 1.12 <sup>4)</sup>	3.82 ± 1.10 <sup>ab</sup>	3.68 ± 1.11 <sup>b</sup>	3.82 ± 1.11	3.46*
I intend to buy snacks, after I go to the several store in order to compare which one is more delicious	2.86 ± 1.33 <sup>a</sup>	2.45 ± 1.15 <sup>b</sup>	2.31 ± 1.07 <sup>b</sup>	2.53 ± 1.20	13.2***
I think that the company, which make poor quality goods, is punished	3.57 ± 1.22 <sup>a</sup>	3.29 ± 1.23 <sup>b</sup>	3.15 ± 1.19 <sup>b</sup>	3.33 ± 1.23	6.73**
I always intend to exchange the foods if something unusual such as a worm or a hair is discovered in them	4.40 ± 1.05 <sup>a</sup>	4.18 ± 1.08 <sup>a</sup>	3.80 ± 1.30 <sup>b</sup>	4.14 ± 1.16	15.2***
Subtotal (Mean)	3.69 ± 0.61 <sup>a</sup>	3.49 ± 0.52 <sup>b</sup>	3.35 ± 0.57 <sup>c</sup>	3.51 ± 0.57	20.8***
Consumer's responsibility					
I think that a company should make an effort to make good foods to health	4.55 ± 0.82 <sup>a</sup>	4.42 ± 0.89 <sup>a</sup>	3.94 ± 1.12 <sup>b</sup>	4.33 ± 0.97	25.4***
I think that I should make the budget for the pocket money for snacks and spend them	3.97 ± 1.10 <sup>a</sup>	3.57 ± 1.16 <sup>b</sup>	3.10 ± 1.11 <sup>c</sup>	3.56 ± 1.18	32.4***
I always intend to check the nutrient label on buying foods.	3.52 ± 1.20 <sup>a</sup>	3.00 ± 1.25 <sup>b</sup>	2.70 ± 1.10 <sup>c</sup>	3.07 ± 1.23	26.3***
Subtotal (Mean)	4.02 ± 0.71 <sup>a</sup>	3.66 ± 0.75 <sup>b</sup>	3.24 ± 0.77 <sup>c</sup>	3.65 ± 0.80	59.2***
Consumer's attitude					
I make an effort to select the foods with few additives	3.33 ± 1.08 <sup>a</sup>	2.95 ± 1.08 <sup>b</sup>	2.82 ± 1.02 <sup>b</sup>	3.02 ± 1.09	13.9***
I intend to check the period of circulation or the date of manufacture on buying foods	4.47 ± 0.86 <sup>a</sup>	4.16 ± 1.02 <sup>b</sup>	3.77 ± 1.06 <sup>c</sup>	4.14 ± 1.02	27.5***
Subtotal (Mean)	3.90 ± 0.78 <sup>a</sup>	3.56 ± 0.84 <sup>b</sup>	3.30 ± 0.84 <sup>c</sup>	3.59 ± 0.85	29.3***
Total	38.29 ± 5.17 <sup>a</sup>	35.57 ± 4.90 <sup>b</sup>	34.12 ± 4.86 <sup>c</sup>	35.7 ± 5.32	57.0***

\*: p<0.05, \*\*: p<0.01, \*\*\*: p<0.001

<sup>1)</sup>Always agree: 5 points, agree: 4 points, So-so: 3 points, Scarcely disagree: 2 points, Always disagree: 1 points

<sup>2)</sup>See Table 1

<sup>3)</sup>Mean ± SD

<sup>4)</sup>There are significant differences among means with different letters at α = 0.05 by Tukey test

람직한 태도를 보였으나 집단 간에는 뚜렷한 차이를 보여 상위집단은 중위·하위집단보다 식품을 구매할 때 유통기한이나 제조년월일을 확인하는 것으로 나타났다.

전반적으로 볼 때 식생활 소비자역할에 대한 태도의 각 구성 요소인 소비자 권리, 소비자책임, 소비자역할·태도는 평균 3.5~3.6점의 보통 수준 정도였고 모두 상위집단이 중위집단보다, 중위집단이 하위집단보다 높았고 또한 3개 구성요소의 각 세부 항목들에서도 집단 간 뚜렷한 차이를 보여 식생활관리에 대한 태도가 바람직한 상위집단이 중위·하위집단에 비해 식생활 소비자역할에 대한 태도도 바람직함을 알 수 있었다.

## 고 찰

과거의 아동은 자유재량으로 소비할 수 있는 자원이 적어 소비생활의 주체로 여겨지지 못하였으나 가계소득이 증

가하고 자녀 수 감소로 인해 자녀의 지위가 향상되면서 오늘날의 아동들은 자유재량 소비액이 증가되어 독립된 소비생활을 하는 소비자로 여겨지고 있다. 특히 아동은 간식이나 학용품 등 자신에게 필요한 물품을 직접 구입할 뿐 아니라 가족의 구매에 까지 결정적인 영향을 미침으로써 실질적인 소비자로서의 비중이 커지고 있다.<sup>22)</sup> 이점을 고려해볼 때 아동의 소비자로서의 능력은 현대사회를 살아가는데 있어 매우 중요한 능력이라고 할 수 있다. 더욱이 용돈의 상당 부분을 식품구매에 사용하고 있는 현재 우리나라 아동들의 소비생활을 볼 때 식생활과 관련한 소비자 능력은 아동의 식생활 나아가 건강과 관련을 가지므로 매우 중요하다. 이는 식품 구매는 곧 식품 섭취와 직결되어 아동이 구입한 식품은 아동의 건강, 성장과 발달에 까지 영향을 미칠 수 있기 때문이다.

최근 초등학생을 대상으로 한 연구<sup>1,23)</sup>에서 아동들 50% 이상이 용돈의 1/3~1/2을 간식 구매에 사용하고 있는 것

으로 나타났으며 본 연구에서도 같은 결과였다. 이는 아동의 용돈 사용 중 식품 구매가 큰 비중을 차지하고 있음을 의미한다. 그럼에도 불구하고 본 연구결과 간식에 대한 예산 계획과 이에 따라 실천하는 계획성있는 간식구매를 하는 아동은 12% 정도에 머물고 있어 계획성있는 식품구매에 대한 지도가 요구된다. 본 연구결과 식생활관리 태도가 '상위'인 집단이 '하위'인 집단에 비해 용돈기입장 적기나 간식구매에 대한 예산 계획과 실천 등을 더 잘하고 있는 것으로 나타나 식생활관리에 대해 바람직한 태도를 가지게 하는 교육은 아동들에게 계획성 있는 식생활 구매행동을 하는 데 영향을 미칠 수 있을 것으로 여겨진다.

Jang<sup>24)</sup>의 연구에 의하면 초등학생의 10.7%만이 부모님이 직접 만든 간식을 섭취하며 대부분의 아동들은 간식을 사먹는 것으로 나타나 초등학생들에 대한 바람직한 간식 구매에 대한 능력이 요구됨을 알 수 있었는데 본 연구결과 아동들은 57% 정도가 맛, 34% 정도는 가격에 유의하여 간식류를 구매하고 있었으며 단지 7% 정도만이 영양에 유의하여 구매하고 있었고 구매하는 간식 식품으로는 여전히 과자류와 빵류가 가장 많은 것으로 나타나 건강과 성장 발달에 도움이 되는 바람직한 간식 구매에 대한 교육이 필요한 것으로 나타났다. 본 연구결과 식품표시에 대해서는 70% 이상이 영양표시를 본 경험이 있으며 90% 이상이 유통기한을 바르게 해석하고 있어 가공식품의 식품표시에 대해서는 관심을 가지고 있음을 알 수 있었는데 이는 영양표시에 대한 교육으로 가공식품의 바른 선택에 대해 교육 효과를 거둘 수 있음을 의미한다. Hyun과 Kim<sup>25)</sup>은 영양표시 읽기 교육으로 가공식품을 먹을 때 영양표시를 읽고 구매하는 것이 좋다고 인식한 아동이 많아졌다고 하여 영양표시 교육은 아동의 바람직한 식품 구매 능력을 향상시키는데 포함되어져야 할 중요한 교육내용으로 여겨진다. 그럼에도 불구하고 초등학교 식생활교육이 이루어지는 현행 실과 교육과정의 교육내용에는 아직까지 영양표시와 관련한 교육내용이 없다. 따라서 가공식품이 다양해지고 간식으로 가공식품을 구입하는 아동과 가정이 많아짐에 따라 개정 교육과정에 의한 교과서에는 반드시 영양표시와 관련한 학습내용이 포함되어져야 할 것이다. 식품표시 확인에 있어서도 식생활관리 태도에 따라 차이를 보여 식생활관리에 대해 바람직한 태도를 가지게 하는 교육은 아동들에게 가공식품에 대한 바른 선택 능력을 향상시킬 수 있을 것으로 여겨진다.

소비자능력은 소비자 지식, 기능, 태도의 세가지 구성요소가 합쳐져서 형성되며 다양하고 복잡해진 새로운 소비 환경에 대처할 수 있도록 현명하게 소비자 역할을 수행할

수 있는 능력이라고 할 수 있다. 변화하는 상황을 이해하고 이에 대해 적응할 뿐 아니라 소비자의 욕구, 목표, 가치와 부합하여 변화하기 위해서는 소비자 능력이 필요하다. 이는 소비자 능력의 정도에 따라 소비생활의 질이 영향을 받기 때문이다. 특히 식생활과 관련한 소비생활이 현대 소비 생활에서 큰 비중을 차지하고 있으므로 식생활과 관련한 소비자 능력은 소비자가 갖추어야 할 중요한 능력 중의 하나가 되었다. 식품 산업의 발달, 외식의 증가, 다양한 식품 오염 사고 발생은 식생활 소비자들로 하여금 식품과 관련한 제품, 구매, 사용에 대한 지식과 이들 지식을 획득할 수 있는 능력, 이들을 구매하는 능력, 그리고 식생활 소비자로서 갖추어야 할 권리, 책임 및 태도를 요구하고 있다. 이러한 식생활 관련 소비자 능력은 과거에는 가정의 식생활관리 주체로서 주부에게 특히 요구되었으나 최근에는 나이층을 불문하고 현대인 누구에게나 요구되는 능력이며 특히 식생활 소비자로서 중요한 위치에 있게 된 아동소비자들에게도 요구되는 능력이다. 따라서 아동을 대상으로 한 현대의 영양교육에서 소비생활과 관련한 내용은 반드시 포함되어야 할 교육내용이라고 할 수 있다.

본 연구결과 초등학생의 식생활 소비자지식은 '중' 정도의 수준이었고 소비자 기능 또한 보통정도이었으며 소비자 역할·태도는 보통 이상이었다. 그런데 이러한 아동의 식생활 소비자능력은 식생활관리에 대한 태도가 바람직한 아동이 높아 식생활관리에 대한 태도가 식생활 소비자능력에 영향을 미침을 알 수 있었다.

본 연구결과 식생활관리에 대한 태도가 초등학생의 식품 구매 행동 및 식생활 소비자능력에 영향을 미칠 수 있음을 알 수 있었으며 이는 가정과 학교에서의 아동들에 대한 식생활관리에 대한 경험과 교육이 아동들로 하여금 다양하고 급격하게 변화하는 식생활 소비문화 환경 속에서 자신에게 적합하며 건강에 도움이 되는 식생활을 할 수 있는 소비자로서의 능력을 갖추게 하는데 도움이 될 것임을 의미한다.

식생활관리란 식사에 대한 의사결정을 내리고 실천하는 것으로 즉 식사계획, 식품 구입, 식사준비, 식탁준비와 대접하기, 설거지, 부엌과 그 기구의 관리, 식당과 그 설비의 관리를 말한다. 따라서 아동들이 식생활관리에 대해 바람직한 태도를 가진다는 것은 식생활 전반에 대해 관심을 가지며 긍정적인 태도를 가지는 것이다. 그러므로 아동들로 하여금 식생활 전반에 대해 관심을 가지고 긍정적인 태도를 가지게 한다면 식생활 관련 소비활동도 바람직한 방향으로 이루어질 수 있을 것으로 예상할 수 있다. 아동들이 식생활에 대해 관심을 가지게 하기 위해 가정 내에서는 다양한 식품 섭취 뿐 아니라 식사준비 돕기, 설거지, 대접하기 등 아

동수준에서 실천할 수 있는 식생활관리의 다양한 경험의 기회가 주어져야 하며 학교에서는 식생활교육을 통해 식생활관리에 대한 흥미를 높이고 바람직한 태도를 가지게 하는 것이 필요하다. 특히 최근과 같이 먹는 것 자체에만 관심을 가지는 아동들에게 먹는 것과 관련된 식생활 전반 즉 식생활관리에 대한 관심을 갖게 하고 식생활관리의 중요성을 인식시켜 스스로 실천 가능한 식생활관리 행동을 하게 하는 것은 식생활과 관련한 소비자능력을 지니게 하며 나아가 건강한 식생활을 영위하게 할 것이다.

## 요 약

본 연구에서는 초등학교 아동의 식품구매 행동과 식생활 소비자능력 (소비자지식, 소비자기능 및 소비자 역할에 대한 태도)을 조사하여 이를 식생활관리 태도에 따라 비교·분석하였으며 그 결과는 다음과 같다.

식생활관리 태도에 따라 용돈 받는 주기는 차이가 없었으나 한 달 용돈의 정도, 용돈 기입장에 용돈에 대한 수입과 지출 쓰기는 차이가 있어 상위집단일수록 용돈을 적게 받으며 자기가 받는 용돈이 적절하다고 생각하고 용돈 기입장을 잘 쓰고 있었다. 간식류 구매에 대한 예산 계획 및 실천, 용돈 사용 비율, 용돈 절약 의식도 식생활관리 태도에 따라 유의적인 차이를 보여 상위집단에 비해 하위집단은 예산 없이 마음대로 간식류를 구매하고 있는 것으로 나타났다. 간식류로 상위집단은 하위집단에 비해 요구르트나 과일, 빵류를 구매하는 아동이 많았고 과자를 구매하는 아동이 적었다. 식품 포장지 영양 표시는 상위·중위집단이 하위집단에 비해 살펴본 경험이 많았으나 식품 표시에 대한 지식과 유통기한 해석 능력은 식생활관리 태도에 따라 차이가 없었다.

식생활 소비자능력 중 식생활 소비자지식은 식생활관리 태도에 따라 유의적인 차이가 없었다. 그러나 소비자기능은 식생활관리 태도 정도에 따라 구매, 금전관리, 불만처리, 정보획득기능에서 모두 집단 간에 유의적인 차이가 있었다. 식생활 소비자역할에 대한 태도의 소비자권리, 소비자책임, 소비자역할·태도도 모두 집단 간 뚜렷한 차이가 나타나 상위집단이 하위집단보다 높았다.

결론적으로 초등학교 아동은 식생활관리 태도에 따라 식품구매 행동에 차이가 있었고 식생활 소비자능력 중 소비자지식은 차이가 없었으나 소비자기능과 소비자역할에 대한 태도는 유의적인 차이가 있었다. 따라서 초등학교 아동들에게 식생활교육을 통해 식생활관리에 대해 바람직한 태도를 가지게 하는 것은 아동들의 계획적인 식품구매 습관

의 형성과 식생활 소비자능력 향상에 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 또한 식생활관리 태도에 따라 식생활 소비자능력에 차이를 보인다는 점을 감안하여 식생활 소비자교육은 내용과 수준을 달리하여 이루어져야 보다 효과적인 것으로 여겨진다. 더불어 이제 우리나라 초등학교 영양교육도 소비자시대에 맞추어 보다 구체적이며 실질적인 식생활 소비자교육이 이루어져야 하며 이를 위해 교육내용과 방법에 대한 다양한 연구가 이루어져야 할 것이다.

## Literature cited

- 1) Ha YS. A research on pocket money management state of elementary school students. Masters degree thesis. Gongju: Gongju National University of Education; 2005
- 2) Kim JH, Kim MK. A study of the use consumer information for child consumer. *J of Consumption Culture* 2004; 7(2): 23-45
- 3) Lee KA. Content and activities for nutrition education in elementary schools based on consumer education for children. *J of Korean Practical Arts Education* 2006; 19(2): 75-100
- 4) 김시월·김연화. 아동소비자의 소비행태 분석. *건국대학교 생활문화연구소 생활문화·예술학술지* 1995; 18(1): 77-108
- 5) Jung JH. A study on consumer knowledge and behavior of adolescent, Masters degree thesis. Seoul: Seoul National University; 1985
- 6) Kwag HJ, Lee SS. A study on relationality of consumer behavior of children consumer-focused on high grade children in elementary school-. *J of Korean Home Economics Association* 2003; 41(5): 71-87
- 7) Jung M, Jeon SK. A study on the consumer education content and operation in practical arts education. *J of Korean Practical Arts Education* 2005; 18(2): 91-110
- 8) Park GH. Content analysis of consumer education in elementary textbooks. Masters degree thesis. Incheon: Incheon National University of Education; 2003
- 9) Lee KA. Evaluating the propriety of learning contents of home economics area in practical arts education. *J of Korean Practical Arts Education* 2005; 18(1): 145-166
- 10) Kim HJ. Children's money management behaviour-focused on the fourth, fifth, sixth grade students of elementary school in Kimhae city-. *J of Korean Home Economics Association* 2001; 39(10): 125-140
- 11) 김효정·김미라. 식품 안전성에 대한 소비자의 정보 탐색 행동에 관한 연구. *인제 논문* 2004; 19(1): 127-137
- 12) 장홍섭. 현대사회와 소비자. 대구: 경북대학교 출판부; 2004
- 13) Rhee KC. A study on consumer education focusing on the development of adolescent consumer competencies. Doctor degree thesis. Seoul: Seoul National University; 1985
- 14) Moon SJ, Kim JH. A study of the mothers' level of consumer socialization influencing the children's level of consumer skill. *J of Korean Home Economics Association* 1989; 27(4): 105-121
- 15) Kim ES. A study on consumer skill of girl students in Seoul city. Masters degree thesis. Seoul: Yonsei University; 1990
- 16) Kim SH. A study on consumer competency of the adolescents in

- Kwangju. Masters degree thesis. Gwangju: Chonnam National University; 1991
- 17) Kang HJ. A study on consumer skill and consumer problem's experience of the adolescents. Masters degree thesis. Seoul: Sungshin Women's University; 1993
  - 18) Shin HS. A study on consumer socialization type and consumer competency of adolescents. Masters degree thesis. Seoul: Sookmyung Women's University; 1994
  - 19) Kwon MW, Rhee KC. Consumption values of adolescent consumers and related variables. *J of Korean Home Economics Association* 1998; 36(8) : 141-158
  - 20) Kim JA. A study on consumer socialization process and consumer role performance of adolescents. Masters degree thesis. Seoul: Sookmyung Women's University; 1996
  - 21) Hur HR, Lee KA. The effect of various factors on the academic achievement in 'the food and nutrition' units in practical arts. *J of Korean Home Economics Education Association* 2001; 13(2) : 59-72
  - 22) Kim HC. A Study on the allowance management and buying behavior of child consumers. *J of Korean Home Economics Association* 2004; 42(8) : 77-92
  - 23) Kwon EJ. A Study of children's consumption behavior and it's variables-on the grade 5 and 6 in elementary school. Masters degree thesis. Jeonju: Jeonju National University of Education; 2001
  - 24) Jang SH. Studies on snack food consumption of elementary school students and motherly awareness for its actual condition. Masters degree thesis. Gwangju: Chonnam National University; 2005
  - 25) Hyun SM, Kim JW. Improvement of dietary attitude of elementary students by nutrition labeling education. *Korean J Community Nutrition* 2007; 12(2) : 168-177