

碩 士 學 位 論 文

靑少年 消費者의 消費意識 및 行動에
관한 研究

-濟州市 地域 中學生을 中心으로-

指導教授 朴 龍 垞



社會教育專攻

金 惠 子

2002年 8月

青少年 消費者의 消費意識 및 行動에 관한 研究

-濟州市 地域 中學生을 中心으로-

指導教授 朴 龍 炯

이 論文을 教育學 碩士學位 論文으로 提出함.

2002年 6月 日

濟州大學校 教育大學院 社會教育專攻



金 惠 子의 教育學 碩士學位 論文을 認准함

2002年 7月 日

審査委員長	印
審査委員長	印
審査委員長	印

〈國文抄錄〉

靑少年消費者의 消費意識 및 行動에 관한 研究 *

-濟州市 地域 中學生을 中心으로

金 惠 子

濟州大學校 教育大學院 社會教育專攻

指導教授 朴 龍 炯

본 연구는 중학생 소비자의 소비의식 및 행동에 관한 연구로서 중학생 소비자의 식과 행동 수준을 밝히고 관련 있는 변수들이 어떠한 영향을 미치는가를 분석해 봄으로써 중학생들의 바람직한 소비자의식 함양과 올바른 소비자행동을 하기 위한 기초자료를 제공하는 데 그 목적이 있다.

이러한 목적을 위하여 제주도 소재의 5개 중학교에 재학중인 1·2·3학년 남·여학생 500명을 대상으로 설문조사를 하였고, 그 중 467부를 자료분석에 사용하였다.

본 연구를 위해 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for Social Science) Computer Program 10.0으로 처리하였으며, 분석방법은 빈도와 평균, 표준편차, t-test, F-test, 상관분석을 실시하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 측정된 중학생 소비자의식 수준은 5점 만점에 2.66점으로 중간점을 약간 상회하는 수준이다. 중학생 소비자의식 수준은 환경보존의식, 향유의식, 유행의식, 심미의식, 과시의식 순이었다. 즉 환경보존의식이 가장 높은 점수

(M=3.06)를 보였으며, 과시의식의 경우 가장 낮게 나타났다.(M=2.27) 또한 중학생 소비자행동 수준은 5점 만점에 중학생 소비자의 소비의식보다 높은 2.99점으로 중간점을 상회하는 수준이다. 하위차원별 문항 평균은 처분행동이 가장 높게 나타났고(M=3.02) 사용행동이 가장 낮게 나타났다.(M=2.97) 이상에서 알 수 있는 것은 중학생들의 소비자의식 수준이 매우 낮음을 알 수 있고, 중학생의 소비자행동은 소비자의식 수준보다는 높게 나타났지만 대체로 낮게 나타났다.

둘째, 중학생 소비자의 향유의식은 성별, 학년에 따라 유의한 차이를 보였다. 즉 여학생이 남학생보다 향유의식 수준이 낮은 것으로 나타났다. 그리고 학년이 높을수록 향유의식 수준이 높은 것으로 나타났다. 과시의식은 학년에 따라 유의한 차이를 보였다. 즉 학년이 높을수록 과시의식 수준은 높게 나타났다. 심미의식은 성별, 용돈에 따라 유의한 차이를 보였다. 즉 예상과는 달리 남학생이 여학생보다 심미의식 수준이 낮게 나타났다. 그리고 심미의식은 용돈에 따라 유의한 차이를 보였다. 유행의식은 용돈에 따라 유의한 차이를 보였고 환경보존의식은 아버지 학력에 따라 유의한 차이를 보였다. 즉 아버지 학력이 높을수록 환경보존의식 수준이 높게 나타났다.

셋째, 중학생의 구매행동은 성별, 아버지 학력, 어머니 학력에 따라 유의한 차이를 보였다. 즉 여학생이 남학생보다 물건을 구입할 때 구매계획을 세우고, 구매하기 전에 수집한 정보를 미리 참고하는 것으로 나타났다. 그리고 남학생이 여학생보다 할인 판매기간에 물건을 구매하며 할인점을 이용하는 것으로 나타났다. 사용행동은 성별, 용돈에 따라 유의한 차이를 보였다. 즉 남학생이 여학생보다 제품을 함부로 다루지 않고 깨끗하게 사용하는 것으로 나타났다. 처분행동은 성별에 따라 유의한 차이를 보였다.

넷째, 중학생의 소비자의식과 행동의 상관관계를 보이며 과시의식과 심미의식은 두 변수간의 정적인 상관관계가 가장 높으며 심미의식과 환경보존의식은 부적인 상관관계가 가장 높음을 알 수 있다.

이상의 연구 결과를 통해 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있다.

첫째, 중학생들의 소비자의식 수준이 낮은 것은 소비자 교육이 부분적으로 이루어지고 있기 때문이다. 따라서 교과 내용과 교수 학습 방법의 개선이 필요하다.

둘째, 중학교에서의 소비자 교육은 어느 특정 교과에 한해서 이루어질 것이 아니고 전 교과에 걸쳐서 수시로 이루어져야 하겠다. 왜냐하면 인간의 경제생활은 일생 동안 이루어지므로 소비자 교육은 다른 어떤 분야의 교육보다도 중요하기 때문이다.

셋째, 소비자 교육은 학교와 가정 그리고 사회가 삼위일체가 되어 이루어질 때 사회화 단계에 있는 중학생들이 건전한 소비문화를 형성하고 나아가 미래의 소비생활에 바람직한 영향을 주게 된다. 따라서 중학교 소비자 교육의 중요성은 매우 크다고 하겠다.



*본 논문은 2002년 제주대학교 교육대학원 위원회에 제출된 교육학 석사학위 논문임.

목 차

I. 서론.....	1
II. 이론적 배경.....	3
1. 소비자의 개념과 역할.....	3
2. 소비자의식과 행동.....	6
3. 청소년 소비자의 특징과 소비 특성.....	9
III. 연구방법.....	12
1. 조사도구.....	12
2. 자료수집.....	14
3. 분석방법.....	16
IV. 연구 결과 분석.....	17
1. 중학생 소비자의식.....	17
2. 중학생 소비자행동.....	35
3. 중학생 소비자의식과 행동의 주요 변수간 상관 분석.....	61
V. 결론.....	57
참고문헌.....	60
영문초록.....	63
부 록.....	66

표 목 차

표 1. 질문지 구성.....	13
표 2. 조사대상자의 일반적 특성.....	15
표 3. 소비자의식의 하위차원별 문항평균.....	20
표 4. 성별에 따른 소비자의식에 관한 t-test.....	22
표 5. 학년에 따른 소비자의식에 관한 F-test.....	24
표 6. 용돈에 따른 소비자의식에 관한 F-test.....	26
표 7. 아버지 학력에 따른 소비자의식에 관한 F-test.....	29
표 8. 어머니 학력 소비자의식에 관한 F-test.....	32
표 9. 소비자행동의 하위차원별 문항평균.....	36
표 10. 성별에 따른 소비행동에 관한 t-test.....	39
표 11. 학년에 따른 소비행동에 관한 F-test.....	41
표 12. 용돈에 따른 소비행동에 관한 F-test.....	45
표 13. 아버지 학력에 따른 소비행동에 관한 F-test.....	48
표 14. 어머니 학력 소비행동에 관한 F-test.....	52
표 15. 소비자의식과 행동의 주요변수간 상관분석.....	56

I. 序 論

현대는 산업화에 이어 정보화의 급류 속에 놓여져 있다. 정보의 홍수라고 표현할 만큼 수많은 정보들이 범람하고 있으며, 이러한 정보들은 시간과 공간의 개념을 단축시켜 인간 생활을 좀 더 자유롭고 빠르게 변화시키고 있다. 따라서 이런 정보화 사회에서 우리는 많은 정보들 중에서 필요한 정보를 선별해서 획득하여 활용하는 능력을 지녀야 한다. 그러기 위해서는 비판적이고 창의적인 안목이 필요하다. 또한 현대 사회는 생산과 소비로 이루어졌다고 할 수 있다. 생산과 소비 즉, 인간의 경제 생활 또한 정보화의 막대한 영향 아래 놓여져 있다. 정보화로 인해 인간의 생산과 소비의 영역은 광범위해졌으며, 정보를 담은 미디어는 사람들의 경제적 행위의 동기를 유발하기도 한다. 광고부터 시작해서 이메일과 게시판에 올라오는 정보들은 소비를 부추기는 역할을 한다.

청소년기는 발달단계상 아동에서 성인으로 넘어가는 과도기에 위치하며 신체적·심리적으로 급격한 변화를 경험하게 된다. 신체적 성숙과 심리적 성숙의 불균형으로 인해 정신적 혼란을 겪고, 자아개념이 확립되지 않아서 여러 가치관 사이에서 갈등을 겪는다. 그리고 자신의 확고한 세계관이 자리잡지 않아서 청소년은 쉽게 주변의 유혹에 동요하고 또래집단의 영향을 많이 받는다. 또한 부모의 영향권에서 벗어나 독립을 성취하려고 하며 주체성이 강하게 발달하고 대부분 충동적이고 집단화 경향이 있으며 자신의 심적 갈등을 말보다는 행동으로 나타내려고 하는 취약한 시기라고 할 수 있다.

이러한 청소년기의 특징이 소비행동에도 반영되고 있다. 청소년 소비자는 소비를 즐기는 것으로 생각하여 과소비성향이 나타나기도 한다. 그리고 외관을 중시하여 유명상표를 선호하고 디자인이나 색상을 중요시하기도 한다. 청소년기에는 유행에 민감하고, 광고에 현혹되기 쉽다.

현실적인 여건을 살펴보면 아직까지도 중학생 소비자에 대한 관심이 부족한 상태

이다. 우리 나라 중학교의 소비자교육은 사회과, 가정과 등에서 부분적으로 다루어지고 있다. 그러나 내용과 교수 학습 방법에서 충분한 것이 아니고 경제이론 중심의 학습이 부분적으로 이루어지고 있는 실정이다.

학교 소비자교육은 바람직한 소비자의식을 가지고 합리적인 소비자 행동을 할 수 있는 학생을 기르는 것이 목적이다. 따라서 우리는 지금 학교 현장에서 이루어지고 있는 소비자교육을 점검하고 그 내용과 교수 학습 방법을 개선하여 건전하고 합리적인 소비문화를 조성할 수 있도록 노력해야 할 것이다.

따라서 지금이 청소년 소비자에 대한 관심이 그 어느 때 보다 필요한 시기이고 청소년 소비자가 미래사회의 경제의 주역이 될 것이라는 것을 염두에 둘 때, 중학생 소비자 의식 및 행동에 관한 연구는 매우 중요한 과제가 아닐 수 없다.

이러한 관점에 입각하여 본 연구의 목적은 제주도 지역 중학생들의 소비자 의식 및 행동을 분석하여 바람직한 학교 소비자교육의 방향을 모색하기 위한 시사점을 찾는 데 있다.

본 연구는 이와 같은 연구 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 점에 주안점을 둔다.

첫째, 관련문헌이나 선행연구 고찰을 통해서 소비자의 개념과 역할을 파악한 후 소비자 의식과 행동의 개념, 청소년기 소비자의 특징과 소비 특성을 파악한다.

둘째, 중학생의 소비자의식수준과 소비자 행동 수준이 어느 정도인지 밝힌다.

셋째, 사회 인구학적 변수에 따라 중학생의 소비자 의식과 행동에 차이가 있는지 파악한다.

넷째, 중학생들의 소비자의식과 행동을 분석하여 이들의 상관관계가 어떠한지 알아본다.

다섯째, 이러한 연구결과를 토대로 하여 중학생 소비자의식과 소비자 행동 수준의 향상을 위한 교육적 측면에서의 방안을 제안하고자 한다.

II. 理論的 背景

1. 消費者의 概念과 役割

선행연구나 관련문헌 고찰을 통해서 소비자 개념과 역할을 살펴보면 다음과 같다. 소비자의 개념에 대한 견해는 학자에 따라서 조금씩 차이가 있음을 알 수 있다.

김기옥은 소비자는 사용자가 공급하는 상품과 서비스를 각자의 생활을 위해 구입·사용하는 자로서 사업자에 대립하는 개념이며, 거래과정의 말단에서 최종 소비자로서 각자의 생활을 영위하기 위해 구매하는 생활자이다. 소비자는 구매자와 동의어로 사용되는 경우가 있으나, 시장에는 다양한 구매자가 존재한다. 즉, 생산에 필요한 원료를 구매하는 제조업자나 상품을 싸게 사서 이윤을 붙여 다시 파는 중개상인과 소매상인도 구매자이다. 그러나 소비자는 사용을 위해 구매하지 판매를 위해 구매하지 않는 유통의 말단에 위치한 구매집단으로서 최종 소비자를 의미한다.¹⁾

홍은표는 현대의 소비자는 단순한 구매자라기보다는 합리적인 구매 의사 결정 과정을 통해 최선의 구매를 하려고 하는 財貨와 用役의 利用者이다. 구매자와 이용자는 때로는 다를 수도 있다. 개인적 이용을 위한 제품인 경우에는 그 소비자가 구매자 자신에 국한되지만 그 이용이 다수인을 위한 공통제품이라면 구매자와 소비자는 불일치하는 것이다. 그러므로 제품의 사용에 관련된 부정적인 결과는 다수에게 영향을 미칠 것이기 때문에 현대사회의 소비자는 이용자로서의 개념으로 이해하여야 할 것이며, 소비자는 생활자로서의 소비자의 관심은 단순한 재화와 용역의 이용자체에만 관심을 갖는 것은 아니다. 소비자는 나아가 그 재

1) 김기옥 외 (1998), 「소비자와 시장」, 도서출판 신정, p.23.

화와 용역의 사용결과 즉, 그 결과가 미치는 사회적인 피해라든가 비경제적인 가치까지도 관심을 갖는다. 이들이 관심을 갖는 것은 인간적인 가치와 그러한 인간적인 가치의 실현이라고 할 수 있다. 그러므로 소비자는 수동적인 존재가 아니라 이러한 인간적인 가치에 영향을 미치는 행위에 대하여 능동적으로 대처하려고 노력하는

자주적인 존재라고 하였다.²⁾

이기춘은 소비자란 재화와 서비스를 구입하는 데 국한되지 않고 소비를 가능하게 하는 소득의 획득, 재화와 서비스의 창출, 이용 후의 결과까지를 포함한 일련의 과정으로서 사회경제·문화적 행위라고 하였다.³⁾

본 연구에서 소비자는 국민 모두가 된다. 즉 모든 인간은 생명을 유지하고 일상생활을 영위하기 위해서 소비자로서 끊임없이 활동을 해왔고, 미래에도 끊임없이 소비자로서 활동을 하게 될 것이다. 과거의 소비자는 생활에 필요한 재화나 용역을 구입하는 사람으로 인식하였는데, 오늘날의 소비자는 생존하기 위해서 자원의 획득, 재화와 서비스의 창출, 이용 후의 결과까지를 포함한 보다 넓은 개념으로 정의하겠다.

소비자 역할이란 소비자에게 기대되어지는 역할로서 자원의 획득에서 구매·사용·처분의 과정에 이르기까지 소비자의 제 활동을 포함하며 소비자의 권리의 실현과 책임의 수행이 중심이 된다. 그러므로 소비자는 구매자, 사용자 및 처분자로서 다음과 같은 역할을 갖는다.⁴⁾

첫째, 구매자의 역할은 어떤 구매방식으로 어떤 재화와 서비스를 구매할 것이며 어떻게 필요한 정보를 수집해서 구매의사결정을 내릴 것인가 등이 포함된다. 과학기술의 발달과 정보통신의 혁명으로 전자상거래를 통한 새로운 구매방식이 출현되고 있기 때문에 이에 적용할 수 있는 새로운 역할이 중요해진다.

둘째, 사용자의 역할에서는 자원과 상품의 유효성과 아울러 상품의 상징성을

2) 홍은표(1992), 「현대 소비자론」, 도서출판 석정, p.13.

3) 이기춘(2000), 「소비자교육의 이론과 실제」, 교문사, p.5.

4) 상계서, pp. 9~11.

잘 인식하고 사용하는 문제가 중요하다. 사용자의 역할은 소비자가 인간으로서 생명이 형성되어 모체로부터 영양분을 섭취하는 순간부터 사망 이후까지 이어지는 소비자 역할이라고 할 수 있다.

셋째, 처분자 역할에서는 상품이나 자원의 효용가치를 최대화시켜 사용함으로써 환경오염이나 지구생태계의 파괴를 최소화시키는 문제가 주요한 이슈로 대두된다. 환경을 의식하는 소비자행동을 함으로서 처분자 역할은 현대사회에서 지속 가능한 소비를 지향하는 데 기여하게 된다.



2. 消費者意識과 消費者行動

1) 消費者意識

우리 나라는 경제 성장을 이룩하여 물질적 풍요 시대를 맞게 되면서 소비생활이 차지하는 비중이 점점 커지고 있다. 그리고 이러한 물질적 풍요는 황금만능주의를 가져오게 되었고, 급기야는 가치전도현상을 초래하고 있는 실정이다.

한국 개발연구원 부설 국민경제교육연구소에서 1996년 전국 20세 이상 성인 남녀 1441명을 대상으로 조사한 바에 따르면, 우리 사회에 과소비 풍조가 팽배하며 이 같은 경향은 나이가 어릴수록 심한 것으로 나타났다. 청소년 어른 가릴 것 없이 상품의 실용성보다는 유명 상표를 선호하는 풍토가 만연되어 있으며 가장 낭비가 심한 자원은 음식물인 것으로 나타났다. 한편 환경친화적 제품에 구매행동에서는 많은 소비자가 환경친화제품을 구매하지 않는 것으로 나타났다⁵⁾.

이러한 문제를 해결하기 위해서는 무엇보다도 소비자들의 의식이 중요하다. 의식이란 사람은 누구나 깨어 있을 때는 무엇인가를 항상 생각하거나 느낀다. 철학이나 심리학에서 의식이라 함은 개체가 현실에서 체험하는 모든 정신작용과 그 내용을 포함하는 일체의 경험 또는 현상을 말한다.⁶⁾ 소비자 주권을 실현시키기 위해서는 소비자 운동과 소비자 교육을 통해 소비자 의식을 제고시키는 것이 필수적이라 할 수 있다. 소비자 권익 신장 및 소비자 보호의 가장 핵심적인 주체는 소비자 자신으로 자신의 의식이 성숙되지 못하면 소비자 보호의 여건은 마련되지 않는다. 소비자가 스스로 자신의 입장과 역할을 충분히 인식하고 의식할 수 있는 소비생활을 추구할 때 궁극적인 소비자 복지가 실현될 수 있다. 특히 사람들의 의식은 실천의 동기로서 행동을 개선하는 데 중요한 사항이므로 소비

5) 상계서, p.58.

6) (주)두산 편(1999), “의식”, 두산세계대백과(EnCyer; CD ROM).

자의식은 바람직한 소비자행동을 정착시키는데 중요한 사항이다. 일반적으로 소비자 의식은 소비자들이 소비와 관련하여 지니고 있는 가치, 태도, 믿음으로, 소비자 행동의 동기가 되기 때문에 중요하다.⁷⁾

본 연구에서 소비자의식은 중학생 소비자가 소비생활에서 소비와 관련하여 지니고 있는 가치, 태도, 믿음으로 정의하겠다.

본 연구에서는 소비자의식을 세분화하여 향유의식, 과시의식, 심미의식, 유행의식, 환경보전의식으로 명명하여 연구하였다.

2) 消費者行動

소비자행동이란 소비자들이 그들의 욕구를 충족시켜 주리라고 기대하는 제품이나 서비스 혹은 아이디어를 탐색·구매·사용 및 평가함에 있어서 보여주는 각양의 행동이라고 정의될 수가 있다. 그런가 하면 경제적 재화나 서비스를 획득하고 사용하는 데 직접 관련된 개인의 행위 및 그러한 행위에 앞서서 그것을 결정해 주는 여러 결정과정이 곧 소비자행동이라고 규정짓는 사람도 있다. 다른 한편 소비자행동이란 제품이나 서비스 혹은 기타의 자원을 획득·사용하고 그 결과에 대해 개인·집단·조직이 보이는 갖가지 행위·과정·사회적 관계라고 말함으로써 개인의 행동뿐만 아니라 집단이나 조직의 행동, 개인의 행동이나 결정과정 그리고 타인과의 사회적 관계까지도 소비자행동의 정의에 명시적으로 포함시키고 있는 경우도 볼 수 있다. 그 반면, 행동의 주체를 단지 결정 단위라고만 표현함으로써 소비자 개개인은 물론 집단의 행동까지를 함축한 정의를 제시하는 사람도 있다.⁸⁾

서성한은 소비자 행동이란 개인 또는 집단이 그들의 욕구를 충족시키기 위하여 사회적 상호관련과 환경적 요인의 제약 하에서 정보를 처리하는 심리과정과

7) 허경옥(2000), 「정보사회와 소비자」, 교문사, pp.42~43.

8) 최병용(2000), 「소비자행동론의 이해와 적용」, 박영사, p.4.

의사결정과정을 걸쳐 재화 및 용역을 구매 사용하고 이에 따른 경험을 통해 표출되는 일련의 행동과정이라고 하였다.⁹⁾

박재호는 소비자행동이란 생산과 소비의 상호교환과정에 참여하는 사람들이 하는 제품구매를 포함하는 모든 활동이라고 하였다.¹⁰⁾

소비자 행동의 본질을 좀더 구체적으로 알아보면 다음과 같다.¹¹⁾

첫째, 소비자 행동이란 소비자가 제품의 구매 및 사용과 관련하여 수행하는 의사 결정 및 그 실행행동을 의미한다. 따라서 일차적으로는 구매결정에 직접 관련되는 제반 물리적 활동, 즉 어떤 제품을 언제, 어디서, 어떻게 구매할 것인가를 결정하기 위하여 정보를 탐색하고, 상표를 비교·평가하고, 실제로 제품을 구매하고, 구매한 제품을 사용 또는 소비하는 일련의 물리적 행동을 소비자 행동의 범주 속에 포함한다.

둘째, 소비자는 위에서와 같은 물리적인 구매관련 행동을 실행하는 과정에서 인지적 의사결정 행동을 병행하기 때문에, 소비자 내부에서 이루어지는 인지적 활동 측면도 소비자 행동의 범주 속에 포함된다.

셋째, 제품 사용 후 소비자의 경험이나 평가, 그리고 이 경험과 평가의 결과를 차기 구매 결정에 피드백하는 심리적 움직임도 소비자 행동의 범주 속에 포함된다.

넷째, 소비자의 구매 및 소비행동과 관련하여 필연적으로 파생되는 집단적·사회적 행동, 즉 불매운동이나 소비자주권운동과 같은 행동도 소비자 행동의 범주 속에 포함된다.

이상의 문헌분석을 통하여 소비자가 재화나 용역을 어떻게 구매할 것인가를 결정하는 과정과 어떻게 사용하고 처분하는 과정 그리고 제품이나 상표에 대한 지각·태도·선호도의 형성과정에서 발생하는 심리적 결정 요인을 소비자 행동으로 정의하겠다.

9) 서성한(1986), 「소비자행동론」, 박영사, p.16.

10) 박재호(1994), 「소비자행동연구」, 탐구당, p.23.

11) 김종의(), 「소비자 행동」, 형설출판사, pp.18~19.

3. 靑少年 消費者 特徵과 消費 特性

靑少年 消費者의 개념은 연령에 따라 분류할 수가 있다. 이러한 분류에 따라 명확한 기준이 있는 것은 아니다. 靑少年의 범위는 학자마다 견해가 다르다. 장홍섭·안승철은 중·고등학생 시기를 靑少年기로 규정하고 중·고등학생(중: 만 12~14세, 고: 만 15~17세)을 靑少年 소비자라 하였다.¹²⁾ 그리고 권미화는 13~18세를 靑少年 소비자라 하였다.¹³⁾

본 연구에서는 중학교에 입학하여 고등학교 졸업기까지의 시기로서 만 12~17세까지를 靑少年 소비자라 하였고 중학교 1·2·3학년 학생을 중학생 소비자라 하였다.

靑少年 소비자는 다음과 같은 특징을 갖는다.

첫째, 靑少年 소비자는 아동기와 성인기로 넘어가는 중간단계로서 신체적·정신적으로 급격히 변화하는 시기이다. 즉 신체적 성장이 성인과 비슷하지만 정신적으로 이에 미치지 못하여 심한 불균형을 초래하게 된다.

둘째, 靑少年 소비자는 경제적으로 부모의 영향권에서 벗어나 독립을 성취하려고 노력하며 주체성이 강하게 발달하는 시기로 외부의 간섭을 배제하고 학교 내 단체 생활과의 사회적 접촉을 통하여 사회적응의 기틀을 마련하는 중요한 시기이다.¹⁴⁾

셋째, 靑少年 소비자는 정도의 차이는 있지만 대부분의 경우에 충동적이고 집단화 경향이 있으며 자신의 심적 갈등을 말보다는 행동으로 나타내는 행동화하는 경향이 있으며, 자신의 외부에서 밀어닥친 충동과 갈등을 발진적으로 적절히 발산할 수 없을 때 주위환경에 대한 심한 마찰을 보일 뿐 아니라 반항적이거나

12) 장홍섭·안승철(1994), “靑少年의 소비자 주의 의식”, 「경북대학교 경제경영연구소 경상논집」 제22권 권4호(12), p.89.

13) 권미화(2000), “靑少年소비자의 소비가치와 소비행동의 합리성”, 박사학위 논문, 서울대학교 대학원, p.6.

14) 양경순(1993), “靑少年의 금전관리 의식과 소비행동의 관련 연구-제천시 중·고등학교를 중심으로-”, 석사학위논문, 성신여자대학교 교육대학원, p.1.

공격적인 마찰을 보일 뿐 아니라 반항적이거나 공격적인 행동을 하기 쉬운 취약 시기이다.¹⁵⁾

청소년 소비자는 다음과 같은 소비자행동을 하게된다.

첫째, 청소년 소비자는 다른 연령층에 비해 소비를 당연시하고, 소비 그 자체를 즐거움으로 여긴다. 청소년의 약 44%는 생활을 즐기기 위해서 어느 정도의 낭비는 필요하다고 응답하였다.(하봉준, 1994)¹⁶⁾

둘째, 청소년의 소비생활 문제는 소비지향적 태도 즉 물질주의나 과시소비성향에 의해 가장 큰 영향을 받고 있다. 또한 사회계층이 높은 청소년의 소비생활 문제 수준이 높는데, 이는 상류계층의 과소비와 과시적 소비풍조를 반영하는 것이라 볼 수 있다.(양희, 1992)¹⁷⁾

셋째, 청소년 소비자의 과시소비는 여러 가지 형태로 표현될 수 있지만 가장 대표적인 것이 브랜드 선호와 외제품을 상당히 선호하고, 실제로 소비도 많이 하는 것으로 나타났다. KDI 부설 국민경제교육연구소가 전국의 초·중·고생을 대상으로 청소년의 소비의식 및 행태를 조사한 연구에 의하면 청소년 응답자의 절반 정도는 유명상표를 선호하고있었다. 과시소비와 함께 나타나는 또 다른 소비유형은 또래집단의 소비행태를 따라하는 모방소비이다. 실제로 초·중·고생 2,041명을 대상으로 한 조사에서는 주변의 친구가 값비싼 유명상표의 물건을 샀을 때 사고 싶다는 응답을 한 학생의 비율이 59.7%라는 것을 알 수 있다. (김현주, 1997)¹⁸⁾

15) 김홍열(1999), “실업계 고교생의 소비자행동에 관한 연구-대전광역시를 중심으로”, 석사학위논문, 서원대학교 교육대학원, P.344.

16) 하봉준(1994), 마리떼 청바지, 탠디구두에 뽀뽀까지 광고정보 5월. : 손상희 (1997), “소비사회와 청소년 소비문화”, 「한국가정관리학회지」 제 15권 4호, P.4.에서 재인용.

17) 양희(1992), 「청소년 소비생활문제에 관한 연구」, 석사학위논문, 서울대학교 대학원. : 이기춘(2000), 전계서, p.226에서 재인용.

18) 김현주(1997), “소비시장 주도하는 청소년-이들의 소비의식과 문제점을 진단한다-”, 소비자시대 3월호, 한국소비자보호원, 이기춘(2000), 전계서, p.226에서 재인용.

넷째, 청소년 소비자는 옷을 살 때 몸에 편한 것보다는 디자인이나 색상을 중시한다. 그리고 자기만의 개성을 추구하면서도 다른 사람의 외모나 행동을 모방하고 타인을 의식하며 유행을 추종하는 이중적인 모습을 나타낸다. 청소년 소비자는 제품선택 시 어느 연령보다도 외관을 중시하며 자기표현을 지향한다. 따라서 무스, 헤어스프레이와 같은 개성표현제품의 사용 빈도가 높고 특히 남학생들의 경우에도 미용에 대한 관심이 높다.¹⁹⁾



19) 손상희(1997), 전개논문, pp.342~343.

Ⅲ. 연구방법

1. 조사도구

제주시 지역 중학생의 소비자의식 및 행동을 조사하기 위한 조사 도구는 질문지법을 사용하였다. 질문지는 사회인구학적 변인, 소비자의식과 행동을 조사할 수 있는 문항으로 구성하였다. 소비자의식과 소비자 행동에 관한 문항을 다음과 같이 만들었다.

본 연구에서 사용한 소비자 의식 질문지는 Braithwait와 Law(1985), Vinson(1977), Sherrell(1985)등의 연구를 참조로 권미화²⁰⁾가 사용한 바 있는 질문지와 조해도²¹⁾, 민현선²²⁾, 신남경²³⁾이 사용한 질문지를 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 재구성하였다. 본 연구에서 사용한 질문지의 구성은 총 10문항이며 리커트형 5점 평정척도의 응답형태로 측정하였다. ‘매우 그렇다’에 5점, ‘그렇다’에 4점, ‘잘 모르겠다’에 3점, ‘그렇지 않다’에 2점, ‘전혀 그렇지 않다’에 1점을 두어 점수화 하였고, 그 점수가 높을수록 각 하위영역별 소비자의식이 높은 것으로 해석하였다.

본 연구에서 사용한 소비자 행동 질문지는 박명희 외(1995), 송순영(1998)의 척도를 참조로 권미화(2000)가 사용한 바 있는 설문지를 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 재구성하였다. 본 연구에서 사용한 질문지의 구성은 총 13문항이며 리커트형 5점 평정척도의 응답형태로 측정하였다. 이 문항은 ‘매우 그렇다’에 5점, ‘그렇다’에 4점, ‘잘 모르겠다’에 3점, ‘그렇지 않다’에 2점, ‘전혀 그렇지 않다’에 1점을 두어 점수화 하였고, 그 점수가 높을수록 각 하위영역별 소비자행동이 높은 것으로

20) 권미화(2000), 전계논문.

21) 조해도(1996), “중학교 교육 과정의 소비자 교육 내용과 소비자 의식 분석”, 석사학위논문, 울산대학교 교육대학원.

22) 민현선(1998), 전계논문.

23) 신남경(1998), 전계논문.

해석하였다.

질문지 구성은 <표 1> 과 같다.

<표 1 질문지 구성 >

구 성 지 표	구 성 내 용	문항수
I.사회인구학적 변인	성별, 학년, 용돈, 부모님의 학력	4
II. 소비자 의식	향유의식(1-2) 과시의식(3-4) 심미의식(5-6) 유행의식(7-8) 환경보전의식(9-10)	10
III. 소비자 행동	구매 행동 (1-7) 사용 행동(8-10) 처분 행동(11-13)	13
전체 문항		27

2. 자료수집

본 연구의 연구대상으로는 제주도 중학교 5개교를 임의로 선정하여 중학생 1·2·3학년 중 각 1개반씩을 임의로 선정하는 단계별 표본 추출방법을 사용하였다.

조사방법은 질문지법을 이용하였으며, 작성된 질문지를 학생들에게 배부, 응답하게 한 다음 회수하였다. 표본추출의 절차는 중학생 500명을 표본으로 선정하여 468부의 질문지를 회수하였으며, 그 중 응답을 올바르게 작성하지 못한 11명을 제외한 457명(남: 248명, 여: 209명)을 대상으로 분석하였다.

조사대상자의 일반적인 특성은 <표 2> 와 같다.



〈표 2〉 조사대상자의 일반적인 특성

독립변수	구 분	빈도(명)	백분율(%)
성별	남자	248	54.3
	여자	209	45.7
	계	457	100
학년	중1	136	29.8
	중2	165	36.1
	중3	156	34.1
	계	457	100
용돈	3만원미만	297	65
	3~6만원미만	111	24.3
	6~9만원미만	26	5.7
	9~12만원 미만	10	2.2
	12~15만원 미만	3	.7
	15만원 이상	10	2.2
	계	457	100
아버지의 학력	초졸	8	1.8
	중졸	40	8.5
	고졸	208	45.5
	전문대 졸	57	12.5
	대졸	118	25.8
	대학원 이상	20	4.4
	기타	6	1.3
	계	457	100
어머니의 학력	초졸	14	3.1
	중졸	59	12.9
	고졸	291	63.9
	전문대 졸	27	5.9
	대졸	56	12.3
	대학원 이상	6	1.3
	기타	4	.9
	계	457	100

3. 분석방법

본 연구를 위해 수집된 자료는 SPSS 10.0 Computer Program으로 처리하였으며 구체적인 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 회수된 자료 중 무성의한 반응을 보인 11명의 응답자는 통계처리에서 제외시켰다.

둘째, 조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도와 백분율을 산출하였다. 빈도분석이란 변수값들이 이루는 분포의 특성을 알아보는 데 이용된다.

셋째, 중학생 소비자의 소비의식과 행동의 일반적 경향을 알아보기 위하여 평균과 표준편차를 산출하여 분석하였다.

넷째, 배경변인별(성별, 학년, 용돈, 아버지 학력, 어머니 학력)에 따른 소비자의식과 소비자행동을 분석하기 위하여 t-test와 F-test를 실시하였다.

다섯째, 소비자의식과 소비자행동을 상관분석하였다.

여섯째, 본 연구는 95%의 신뢰구간에서의 유의수준 $p < .05$ 에서 검증한다.

($.01 < p^{***} < .05$: 유의, $p^{***} < .001$: 매우 유의)



IV. 연구결과 분석

1. 중학생 소비자의식

본 장에서는 소비의식의 어떻게 분류되며 중학생 소비자들의 전반적인 소비의식의 수준과 관련변수에 따른 소비의식을 알아보도록 하겠다.

1) 소비의식의 분류

본 연구에서는 중학생 소비자의 소비의식을 <표 3> 에서 보듯이 소비의식을 5개로 나누어 분류하였다. 이는 권미화의 연구²⁴⁾에서 소비가치의 구성을 6개로 나누어 분류하였는데, 이를 재구성하였다. 각 문항이 어떤 특성으로 구성되는지 살펴보고 이름을 정하고자 한다.

좋아하는 스포츠나 레저 활동을 하기 위해서 많은 비용이 들어가지 않는 것이 좋다. 생활을 즐기기 위해서 낭비를 하지 않는 것이 좋다는 문항은 향유와 관련된 것이라 볼 수 있다. 그래서 향유의식이라고 명명하고자 한다.

신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유명 상품을 구입하지 않는 것이 좋다. 브랜드가 밖으로 드러나는 옷을 입지 않는 것이 좋다는 문항은 과시와 관련된 것이라 할 수 있다. 그래서 과시의식이라 명명하고자 한다.

가격이 비싸면 디자인이나 제품이 예뻐도 구입하지 않는 것이 좋다. 디자인이나 색상이 예쁜 제품보다는 품질이 우수한 제품을 구입하는 것이 좋다는 문항은 심미와 관련된 것이라 할 수 있다. 그래서 심미의식이라 명명하고자 한다.

신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유행을 고려하여 구입하지 않는 것이 좋다.

24) 권미화(2000), 전개논문, pp. 61~64.

유행이 지난 물건은 사용하는 것이 좋다는 문항은 유행과 관련된 것이라 볼 수 있다. 그래서 유행의식이라고 명명하고자 한다.

무스나 스프레이 등 프레온 가스가 들어 있는 제품을 사용하지 않는 것이 좋다. 삼푸나 린스 대신 비누로 머리를 감는 것이 좋다는 문항은 환경보전과 관련된 것이라 할 수 있다. 그래서 환경보전의식이라고 명명하고자 한다.

2) 중학생 소비자의식 수준

앞에서 분류한 5개의 소비의식을 중심으로 중학생들의 전반적인 소비자의식 수준을 알아보았다.

중학생들의 소비자의식의 전체적인 분포 <표 3> 를 살펴보면 5점 만점에 평균 2.66점으로 중간점을 약간 상회하는 수준으로 중학생 소비자 의식 수준이 높지 않음을 알 수 있다. 이것은 선행연구 중 신남경(1998)의 연구결과와 반대 현상을 보여주고 있다. 중학생 소비자의 소비의식을 분류하여 분석하면 환경보전의식이 가장 높은 점수를 보였으며(M=3.06), 과시의식의 경우는 가장 낮게 나타났다.(M=2.27)

향유의식의 경우 평균 2.96점으로 중간을 상회하는 점수로 소비생활에서 향유의식 수준이 어느 정도는 높음을 알 수 있다.

과시의식의 경우 평균 2.27점으로 소비생활에서 과시의식의 수준이 낮게 나타났다. 이는 중학생들이 신발, 옷, 학용품 등을 살 때 자신을 내보이기 위해서 품질이나 가격을 포기하면서까지 브랜드를 선호한다고 할 수 있다.

심미의식의 경우 평균이 2.47점으로 소비생활에서 심미의식 수준이 낮게 나타났다. 이는 중학생들이 소비생활을 할 때 가격이나 품질을 포기하면서까지 디자인이나 색상을 선호한다고 할 수 있다.

유행의식의 경우 평균 2.53점으로 중간 점수로 소비생활에서 어느 정도는 유행을 선호한다고 할 수 있다. 특히 유행이 지난 물건은 사용하지 않는 것이 좋다는 의식이 낮음을 알 수 있다.

환경보존의식의 경우 평균 3.06점으로 중간을 상회하는 점수를 나타냈다. 이는 청소년의 친환경적 가치가 강하게 나타난 연구 결과 (권미화, 2000)와 일치함을 알 수 있다. 이는 소비생활을 할 때 환경보전의식을 가지고 있음을 알 수 있다.

지금까지 중학생소비자가 가지고 있는 소비자의식의 수준을 살펴보았는데 전체적으로 소비자의식수준이 높지 않음을 알 수 있다. 일반적으로 바람직하지 않게 여기는 과시의식, 심미의식, 유행의식 수준이 낮게 나타났음을 알 수 있다. 따라서 중학생들에게 소비자교육을 할 때 이런 점에 유의해야 할 것이다.



〈표 3〉 소비의식의 하위차원별 문항평균

구분	문항 번호	문 항	평 균	표준 편차
향유 의식	1~2 M =2.9660	좋아하는 스포츠나 레저 활동을 하기 위해서	2.6629	1.0592
		많은 비용이 들어가지 않는 것이 좋다.	3.0306	
과시 의식	3~4 M =2.27245	생활을 즐기기 위해서 낭비를 하지 않는 것이	2.9015	1.0094
		좋다.		
과시 의식	3~4 M =2.27245	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유명 상품을	2.2626	.9716
		구입하지 않는 것이 좋다.	2.2823	
심미 의식	7~8 M =2.4737	브랜드가 밖으로 드러나는 옷을 입지 않는 것	2.2823	1.0115
		이 좋다.		
심미 의식	7~8 M =2.4737	가격이 비싸면 디자인이나 제품이 예뻐도 구입	2.4398	1.0094
		하지 않는 것이 좋다.	2.5077	
심미 의식	7~8 M =2.4737	디자인이나 색상이 예쁜 제품보다는 품질이 우	2.5077	1.0347
		수한 제품을 구입하는 것이 좋다.		
유행 의식	9~10 M =2.53720	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유행을 고려하	2.8512	1.1238
		여 구입하지 않는 것이 좋다.	2.2232	
유행 의식	9~10 M =2.53720	유행이 지난 물건은 사용하는 것이 좋다.	2.2232	.9496
환경 보전 의식	11~12 M =3.0656	무스나 스프레이 등 프레온 가스가 들어 있는	3.5252	1.1641
		제품을 사용하지 않는 것이 좋다.	2.6060	
환경 보전 의식	11~12 M =3.0656	샴푸나 린스 대신 비누로 머리를 감는 것이 좋	2.6060	1.1033
		다.		

3) 관련변수에 따른 소비자의식

중학생들의 소비자의식을 향유의식, 과시의식, 심미의식, 유행의식, 환경보전의식으로 나누어 빈도분석을 하였으며, 성별, 학년, 용돈, 아버지 학력, 어머니 학력에 따라 t-test와 일원분산분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

① 성별에 따른 소비의식에 관한 분석

성별에 따른 향유의식, 과시의식, 심미의식, 유행의식, 환경보전의식에 관한 t-test를 실시한 결과 <표 4>와 같다

첫째, 성별에 따른 t-test 결과 생활을 즐기기 위해서 낭비를 하지 않는 것이 좋다는 향유의식은 $p < .001$ 이하에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 성별에 따른 향유의식은 여학생보다 남학생이 의식수준이 높음을 알 수 있다. 이것은 여학생들이 남학생들보다 생활을 즐기기 위해서 낭비를 하는 것을 좋아하는 것으로 사료된다.

둘째, 성별에 따른 t-test 결과 디자인이나 색상이 예쁜 제품보다는 품질이 우수한 제품을 구입하는 것이 좋다는 심미의식은 $p < .05$ 이하에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 성별에 따른 심미의식에서 남학생이 여학생보다 품질보다는 디자인이나 색상을 선호하는 것으로 나타났다.

셋째, 성별에 따른 t-test 결과 과시의식, 유행의식, 환경보전의식은 <표 4>에서 나타난 바와 같이 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈표 4〉 성별에 따른 소비의식에 관한 t-test

구분	문항	성별	N	평균	표준편차	t	p
향유의식	좋아하는 스포츠나 레저 활동을 하기 위해서 많은 비용이 들어가지 않는 것이 좋다.	남	248	3.0444	1.0920	-1.230	.219
		여	209	3.0144	1.0213		
	생활을 즐기기 위해서 낭비를 하지 않는 것이 좋다.	남	248	2.9194	.9988	5.785	.000
		여	209	2.8804	1.0238		
과시의식	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유명상품을 구입하지 않는 것이 좋다.	남	248	2.3266	.9492	.301	.763
		여	209	2.1866	.9945		
	브랜드가 밖으로 드러나는 옷을 입지 않는 것이 좋다.	남	248	2.3992	.9764	.410	.682
		여	209	2.1435	1.0370		
심미의식	가격이 비싸면 디자인이나 제품이 예뻐도 구입하지 않는 것이 좋다.	남	248	2.4516	1.0129	1.113	.266
		여	209	2.4258	1.0074		
	디자인이나 색상이 예쁜 제품보다는 품질이 우수한 제품을 구입하는 것이 좋다.	남	248	2.4718	1.0177	2.361	.019
		여	209	2.5502	1.0555		
유행의식	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유행을 고려하여 구입하지 않는 것이 좋다.	남	248	2.8790	1.0805	.272	.786
		여	209	2.8182	1.1748		
	유행이 지난 물건은 사용하는 것이 좋다.	남	248	2.2661	.9318	-.807	.420
		여	209	2.1722	.9702		
환경보존의식	무스나 스프레이 등 프레온 가스가 들어 있는 제품을 사용하지 않는 것이 좋다.	남	248	3.4637	1.1692	.576	.565
		여	209	3.5981	1.1566		
	삼푸나 린스 대신 비누로 머리를 감는 것이 좋다.	남	248	2.8710	1.1521	1.049	.295
		여	209	2.2919	.9537		

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

② 학년에 따른 소비의식에 관한 분석

학년에 따른 향유의식, 과시의식, 심미의식, 유행의식, 환경보전의식에 관한 F-test를 실시한 결과 <표 5> 와 같다

첫째, 학년에 따른 F-test 결과 생활을 즐기기 의해서 낭비를 하지 않는 것이 좋다는 향유의식은 $p < .05$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 학년이 높을수록 향유의식 수준이 높음을 알 수 있다.

둘째, 학년에 따른 F-test 결과 신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유명상품을 구입하지 않는 것이 좋다는 과시의식은 $p < .05$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그리고 브랜드가 밖으로 드러나는 옷을 입지 않는 것이 좋다는 과시의식은 $p < .05$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 학년이 높을수록 과시의식 수준이 높음을 알 수 있다.

셋째, 학년에 따른 F-test 결과 심미의식, 유행의식, 환경보전의식은 <표 5> 에서 나타난 바와 같이 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.



〈표 5〉 학년에 따른 소비의식에 관한 F-test

구분	문항	학년	N	평균	표준편차	F	p
향 유 의 식	좋아하는 스포츠나 레저 활동을 하기 위해서 많은 비용이 들어가지 않는 것이 좋다.	1학년	136	2.9706	.9345	.602	.548
		2학년	165	3.0121	1.0931		
		3학년	156	3.1026	1.1255		
		합계	457	3.0306	1.0592		
	생활을 즐기기 위해서 낭비를 하지 않는 것이 좋다.	1학년	136	2.6912	.9700	4.303	.014
		2학년	165	2.9758	.9997		
		3학년	156	3.0064	1.0317		
		합계	457	2.9015	1.0094		
과 시 의 식	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유명상품을 구입하지 않는 것이 좋다.	1학년	136	2.1324	1.0023	3.346	.036
		2학년	165	2.2242	.9458		
		3학년	156	2.4167	.9569		
		합계	457	2.2626	.9716		
	브랜드가 밖으로 드러나는 옷을 입지 않는 것이 좋다.	1학년	136	2.0809	.9354	3.897	.021
		2학년	165	2.3758	1.0896		
		3학년	156	2.3590	.9702		
		합계	457	2.2823	1.0115		
심 미 의 식	가격이 비싸면 디자인이나 제품이 예뻐도 구입하지 않는 것이 좋다.	1학년	136	2.3235	.9879	1.995	.137
		2학년	165	2.4242	1.0368		
		3학년	156	2.5577	.9918		
		합계	457	2.4398	1.0094		
	디자인이나 색상이 예쁜 제품보다는 품질이 우수한 제품을 구입하는 것이 좋다.	1학년	136	2.3529	1.1191	2.419	.090
		2학년	165	2.6121	1.0276		
		3학년	156	2.5321	.9532		
		합계	457	2.5077	1.0347		
유 행 의 식	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유행을 고려하여 구입하지 않는 것이 좋다.	1학년	136	2.8235	1.1280	.492	.612
		2학년	165	2.8061	1.1364		
		3학년	156	2.9231	1.1103		
		합계	457	2.8512	1.1238		
	유행이 지난 물건은 사용하는 것이 좋다.	1학년	136	2.2206	.9865	.174	.841
		2학년	165	2.1939	.9684		
		3학년	156	2.2564	.9007		
		합계	457	2.2232	.9496		

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

〈표 5〉 학년에 따른 소비의식에 관한 F-test

구분	문항	학년	N	평균	표준편차	F	p
환경 보전 의식	무스나 스프레이 등 프레온 가스가 들어 있는 제품을 사 용하지 않는 것이 좋다.	1학년	136	3.5588	1.1467	1.695	.185
		2학년	165	3.6242	1.1809		
		3학년	156	3.3910	1.1560		
		합계	457	3.5252	1.1641		
의식	삼푸나 린스 대신 비누로 머리를 감는 것은 좋다.	1학년	136	3.5588	1.1467	1.899	.151
		2학년	165	3.6242	1.1809		
		3학년	156	3.3910	1.1560		
		합계	457	3.5252	1.1641		

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

③ 용돈에 따른 소비의식에 관한 분석

용돈에 따른 향유의식, 과시의식, 심미의식, 유행의식, 환경보전의식에 관한 F-test를 실시한 결과 〈표 6〉과 같다

첫째, 용돈에 따른 F-test 결과 가격이 비싸면 디자인이나 제품이 예뻐도 구입하지 않는 것이 좋다는 심미의식은 $p < .001$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 용돈이 적을수록 가격이 비싸면 디자인이나 제품이 예뻐도 제품을 구입하지 않는 것을 선호한다는 것을 알 수 있다.

둘째, 용돈에 따른 F-test 결과 신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유행을 고려하여 구입하지 않는 것이 좋다는 심미의식은 $p < .001$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 유행이 지난 물건은 사용하지 않는 것이 좋다는 심미의식은 $p < .001$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 용돈이 적을수록 유행에 대한 선호도가 적음을 알 수 있다.

셋째, 용돈에 따른 F-test 결과 향유의식, 과시의식, 환경보전의식은 〈표 6〉에

서 나타난 바와 같이 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈표 6〉 용돈에 따른 소비의식에 관한 F-test

구분	문항	용돈	N	평균	표준편차	F	p
향유 의식	좋아하는 스포츠 나 레저 활동을 하기 위해서 많은 비용이 들어가지 않는 것이 좋다.	3만원 미만	298	2.9832	1.0524	.738	.595
		3-6만원 미만	110	3.1455	1.0565		
		6-9만원미만	26	3.0385	1.0763		
		9-12만원미만	10	2.8000	.9189		
		12-15만원미만	3	3.6667	2.3094		
		15만원이상	10	3.2000	1.0328		
		합계	457	3.0306	1.0592		
	생활을 즐기기 위 해서 낭비를 하지 않는 것이 좋다.	3만원 미만	298	2.8322	1.0276	.996	.420
		3-6만원 미만	110	3.0727	.9927		
		6-9만원미만	26	3.0000	.8485		
		9-만원미만	10	2.9000	.7379		
		12-15만원미만	3	2.6667	2.0817		
		15만원이상	10	2.9000	.8756		
		합계	457	2.9015	1.0094		
과시 의식	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유명상품을 구입 하지 않는 것이 좋다.	3만원 미만	298	2.7785	.9837	1.1137	.340
		3-6만원 미만	110	2.8727	.9778		
		6-9만원미만	26	3.1154	.8162		
		9-12만원미만	10	3.2000	1.0328		
		12-15만원미만	3	3.3333	.5774		
		15만원이상	10	2.7000	1.0593		
		합계	457	2.8315	.9756		
	브랜드가 밖으로 드러나는 옷을 입 지 않는 것이 좋 다.	3만원 미만	298	2.5872	1.0154	1.085	.368
		3-6만원 미만	110	2.7364	1.0552		
		6-9만원미만	26	3.0000	.9798		
		9-12만원미만	10	2.7000	1.0593		
		12-15만원미만	3	2.6667	1.5275		
		15만원이상	10	2.9000	1.3703		
		합계	457	2.6565	1.0356		

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

〈표 6〉 용돈에 따른 소비의식에 관한 F-test

구분	문항	용돈	N	평균	표준편차	F	p
심미의식	가격이 비싸면 디자인이나 제품이 예뻐도 구입하지 않는 것이 좋다.	3만원 미만	298	2.3389	1.0163	6.210 ***	.000
		3-6만원 미만	110	2.7545	.9971		
		6-9만원 미만	26	3.0385	1.1129		
		9-12만원 미만	10	2.6000	.5164		
		12-15만원 미만	3	4.0000	1.0000		
		15만원 이상	10	3.0000	1.0541		
		합계	457	2.5098	1.0389		
	디자인이나 색상이 예쁜 제품보다는 품질이 우수한 제품을 구입하는 것이 좋다.	3만원 미만	298	2.4899	1.0025	1.872	.098
		3-6만원 미만	110	2.7455	1.1765		
		6-9만원 미만	26	2.8462	1.0842		
		9-12만원 미만	10	2.7000	.6749		
		12-15만원 미만	3	1.6667	1.1547		
		15만원 이상	10	2.8000	1.3166		
		합계	457	2.5777	1.0591		
유행의식	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유행을 고려하여 구입하지 않는 것이 좋다.	3만원 미만	298	2.6711	1.1006	6.710 ***	.000
		3-6만원 미만	110	3.1273	1.0846		
		6-9만원 미만	26	3.3846	1.0228		
		9-12만원 미만	10	3.8000	.7888		
		12-15만원 미만	3	1.6667	1.1547		
		15만원 이상	10	3.2000	1.2293		
		합계	457	2.8512	1.1238		
	유행이 지난 물건은 사용하는 것이 좋다.	3만원 미만	298	2.6577	1.0558	4.687 ***	.000
		3-6만원 미만	110	2.9636	1.0130		
		6-9만원 미만	26	4.7692	8.0563		
		9-12만원 미만	10	2.9000	.8756		
		12-15만원 미만	3	2.6667	1.5275		
		15만원 이상	10	2.9000	.8756		
		합계	457	2.8621	2.1926		

〈표 6〉 용돈에 따른 소비의식에 관한 F-test

구분	문항	용 돈	N	평균	표준편차	F	p
환경 보존 의식	무시나 스프레이 등 프레온 가스 가 들어 있는 제 품을 사용하지 않 는 것이 좋다.	3만원 미만	298	3.6141	1.1439	2.038	.072
		3-6만원 미만	110	3.3455	1.1449		
		6-9만원미만	26	3.5769	1.2385		
		9-12만원미만	10	3.1000	1.1972		
		12-15만원미만	3	4.3333	1.1547		
		15만원이상	10	2.9000	1.4491		
		합계	457	3.5252	1.1641		
	삼푸나 린스 대 신 비누로 머리 를 감는 것이 좋 다.	3만원 미만	298	2.9463	1.0873	1.001	.417
		3-6만원 미만	110	2.7455	1.1449		
		6-9만원미만	26	2.9615	1.1129		
		9-12만원미만	10	2.7000	1.1595		
		12-15만원미만	3	2.0000	1.7321		
		15만원이상	10	2.8000	1.2293		
		합계	457	2.8840	1.1110		

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

④ 아버지 학력에 따른 소비의식에 관한 분석



아버지 학력에 따른 향유의식, 과시의식, 심미의식, 유행의식, 환경보전의식에 관한 F-test를 실시한 결과 〈표 7〉과 같다

첫째, 아버지 학력에 따른 F-test 결과 무시나 스프레이 등 프레온 가스가 들어 있는 제품을 사용하지 않는 것이 좋다라는 환경보전의식은 p <.05이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 아버지 학력이 높을수록 환경보전의식 수준이 높음을 알 수 있다.

둘째, 아버지 학력에 따른 F-test 결과 향유의식, 과시의식, 심미의식, 유행의식은 〈표 7〉에서 나타난 바와 같이 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈표 7〉 아버지 학력에 따른 소비의식에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	p
향유 의식	좋아하는 스포츠나 레저 활동을 하기 위해서 많은 비용 이 들어가지 않는 것이 좋다.	초졸	8	3.0000	1.3093	.996	.427
		중졸	40	3.1000	1.1048		
		고졸	208	2.9327	1.0381		
		전문대 졸	57	2.9825	1.0263		
		대졸	118	3.1271	1.0585		
		대학원 이상	20	3.4000	1.1425		
		기타	6	3.3333	1.2111		
		합계	457	3.0306	1.0592		
	생활을 즐기기 위 해서 낭비를 하지 않는 것이 좋다.	초졸	8	2.7500	1.3887	.461	.837
		중졸	40	2.8750	1.1365		
		고졸	208	2.9663	.9848		
		전문대 졸	57	2.8070	.9532		
		대졸	118	2.8220	.9839		
		대학원 이상	20	3.0500	1.0990		
기타		6	3.0000	1.4142			
합계		457	2.9015	1.0094			
과시 의식	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유 명상품을 구입하지 않는 것이 좋다.	초졸	8	2.3750	1.1877	.783	.584
		중졸	40	2.0000	.9337		
		고졸	208	2.3077	.9229		
		전문대 졸	57	2.2456	.9871		
		대졸	118	2.3051	1.0419		
		대학원 이상	20	2.0500	.9445		
		기타	6	2.3333	1.2111		
		합계	457	2.2626	.9716		
	브랜드가 밖으로 드 러나는 옷을 입지 않는 것이 좋다.	초졸	8	2.6250	1.1877	1.524	.168
		중졸	40	2.2750	1.1320		
		고졸	208	2.2740	.9046		
		전문대 졸	57	2.5263	1.2116		
		대졸	118	2.1102	.9939		
		대학원 이상	20	2.5500	1.1459		
기타		6	2.3333	1.0328			
합계		457	2.2823	1.0115			

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

〈표 7〉 아버지 학력에 따른 소비의식에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	p
심미 의식	가격이 비싸면 디자인이나 제품이 예뻐도 구입하지 않는 것이 좋다.	초졸	8	2.3750	1.1877	.999	.425
		중졸	40	2.2250	1.0497		
		고졸	208	2.4567	.9869		
		전문대 졸	57	2.5789	1.0168		
		대졸	118	2.3644	1.0350		
		대학원 이상	20	2.6000	.8826		
		기타	6	3.0000	1.0954		
		합계	457	2.4398	1.0094		
	디자인이나 색상이 예쁜 제품보다는 품질이 우수한 제품을 구입하는 것이 좋다.	초졸	8	2.7500	1.2817	.751	.609
		중졸	40	2.6750	1.1183		
		고졸	208	2.5481	.9964		
		전문대 졸	57	2.5439	1.0702		
		대졸	118	2.3898	1.0544		
		대학원 이상	20	2.3500	1.0400		
		기타	6	2.1667	.7528		
		합계	457	2.5077	1.0347		
유행 의식	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유행을 고려하여 구입하지 않는 것이 좋다.	초졸	8	2.7500	1.3887	.933	.471
		중졸	40	2.8250	1.1297		
		고졸	208	2.9375	1.0906		
		전문대 졸	57	2.5965	1.0997		
		대졸	118	2.8729	1.1587		
		대학원 이상	20	2.8000	1.1965		
		기타	6	2.3333	1.2111		
		합계	457	2.8512	1.1238		
	유행이 지난 물건은 사용하는 것이 좋다.	초졸	8	1.8750	.6409	.253	.958
		중졸	40	2.2500	1.0316		
		고졸	208	2.2115	.9343		
		전문대 졸	57	2.2982	.9442		
		대졸	118	2.2288	.9644		
		대학원 이상	20	2.2000	1.0052		
		기타	6	2.1667	1.1690		
		합계	457	2.2232	.9496		

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

〈표 7〉 아버지 학력에 따른 소비의식에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	p
환경보전의식	무스나 스프레이 등 프레온 가스가 들어 있는 제품을 사용하지 않는 것이 좋다.	초졸	8	2.1250	.9910	2.820	.011
		중졸	40	3.6750	1.1183		
		고졸	208	3.4519	1.1326		
		전문대 졸	57	3.5263	1.1037		
		대졸	118	3.6441	1.2576		
		대학원 이상	20	3.9000	.9119		
		기타	6	3.3333	1.0328		
		합계	457	3.5252	1.1641		
		삼푸나 린스 대신 비누로 머리를 감는 것이 좋다.	초졸	8	2.5000		
	중졸		40	2.3750	1.1477		
	고졸		208	2.5817	1.0915		
	전문대 졸		57	2.5965	.9794		
	대졸		118	2.6780	1.1538		
	대학원 이상		20	3.1000	1.1653		
	기타		6	2.1667	.9832		
	합계		457	2.6061	1.1033		

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



⑤ 어머니 학력에 따른 소비의식에 관한 분석

어머니에 따른 향유의식, 과시의식, 심미의식, 유행의식, 환경보전의식에 관한 F-test를 실시한 결과 〈표 8〉과 같다

첫째, 어머니 학력에 따른 F-test 결과 향유의식, 과시의식, 심미의식, 유행의식, 환경보전의식은 〈표 8〉에서 나타난 바와 같이 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈표 8〉 어머니 학력에 따른 소비의식에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	p
향유 의식	좋아하는 스포츠나 레저활동을 하기 위해서 많은 비용이 들어가지 않는 것이 좋다.	초졸	14	2.5714	1.1579	1.429	.202
		중졸	59	2.8475	1.0474		
		고졸	291	3.0447	1.0674		
		전문대 졸	27	3.0370	1.0554		
		대졸	56	3.2321	.9144		
		대학원 이상	6	2.8333	1.4720		
		기타	4	3.7500	1.2583		
		합계	457	3.0306	1.0592		
	생활을 즐기기 위해서 낭비를 하지 않는 것이 좋다.	초졸	14	2.2143	1.3114	1.661	.129
		중졸	59	2.7966	1.0302		
		고졸	291	2.9656	.9820		
		전문대 졸	27	2.7037	.9929		
		대졸	56	2.9107	.9396		
		대학원 이상	6	3.0000	1.2649		
기타		4	3.2500	1.7078			
합계		457	2.9015	1.0094			
과시의식	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유명상품을 구입하지 않는 것이 좋다.	초졸	14	2.2143	1.1217	.350	.910
		중졸	59	2.2373	.9885		
		고졸	291	2.2612	.9362		
		전문대 졸	27	2.3333	1.1435		
		대졸	56	2.3393	1.0493		
		대학원 이상	6	2.0000	.8944		
		기타	4	1.7500	.9574		
		합계	457	2.2626	.9716		
	브랜드가 밖으로 드러나는 옷을 입지 않는 것이 좋다.	초졸	14	2.0714	1.2067	.554	.757
		중졸	59	2.3220	1.0076		
		고졸	291	2.3162	.9807		
		전문대 졸	27	2.3333	1.3009		
		대졸	56	2.1429	1.0167		
		대학원 이상	6	2.1667	.9832		
기타		4	1.7500	.5000			
합계		457	2.2823	1.0115			

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

〈표 8〉 어머니 학력에 따른 소비의식에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	p
심미 의식	가격이 비싸면 디자인이나 제품이 예뻐도 구입하지 않는 것이 좋다.	초졸	14	2.4286	1.1579	1.134	.342
		중졸	59	2.2203	.9481		
		고졸	291	2.4708	1.0179		
		전문대 졸	27	2.2963	.9929		
		대졸	56	2.4821	.9533		
		대학원 이상	6	3.0000	1.0954		
		기타	4	3.0000	1.4142		
		합계	457	2.4398	1.0094		
	디자인이나 색상이 예쁜 제품보다는 품 질이 우수한 제품 을 구입하는 것이 좋다.	초졸	14	2.5714	1.1579	.820	.554
		중졸	59	2.5424	.8968		
		고졸	291	2.5567	1.0567		
		전문대 졸	27	2.2222	1.1547		
		대졸	56	2.4107	.9682		
		대학원 이상	6	2.1667	1.1690		
기타		4	2.0000	.8165			
합계		457	2.5077	1.0347			
유행 의식	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유행 을 고려하여 구 입하지 않는 것 이 좋다.	초졸	8	2.7500	1.3887	.933	.471
		중졸	40	2.8250	1.1297		
		고졸	208	2.9375	1.0906		
		전문대 졸	57	2.5965	1.0997		
		대졸	118	2.8729	1.1587		
		대학원 이상	20	2.8000	1.1965		
		기타	6	2.3333	1.2111		
		합계	457	2.8512	1.1238		
	유행이 지난 물건은 사용하는 것이 좋 다.	초졸	8	1.8750	.6409	.253	.958
		중졸	40	2.2500	1.0316		
		고졸	208	2.2115	.9343		
		전문대 졸	57	2.2982	.9442		
		대졸	118	2.2288	.9644		
		대학원 이상	20	2.2000	1.0052		
기타		6	2.1667	1.1690			
합계		457	2.2232	.9496			

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

〈표 8〉 어머니 학력에 따른 소비의식에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	p
환경 보전 의식	무스나 스프레이 등 프레온 가스가 들어 있는 제품을 사용하지 않는 것이 좋다.	초졸	8	2.1250	.9910	2.820	.011
		중졸	40	3.6750	1.1183		
		고졸	208	3.4519	1.1326		
		전문대 졸	57	3.5263	1.1037		
		대졸	118	3.6441	1.2576		
		대학원 이상	20	3.9000	.9119		
		기타	6	3.3333	1.0328		
		합계	457	3.5252	1.1641		
	삼푸나 린스 대신 비 누로 머리를 감는 것 이 좋다.	초졸	8	2.5000	1.0690	1.236	.286
		중졸	40	2.3750	1.1477		
		고졸	208	2.5817	1.0915		
		전문대 졸	57	2.5965	.9794		
		대졸	118	2.6780	1.1538		
		대학원 이상	20	3.1000	1.1653		
		기타	6	2.1667	.9832		
		합계	457	2.6061	1.1033		

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



2. 중학생 소비자행동

1) 중학생 소비자행동 수준

문항별로 본 중학생 소비자행동 수준은 <표 9> 에서 보는 바와 같이 5점 만점에 중학생 소비자의식보다는 높은 2.99점으로 중간점을 상회하는 수준을 나타냈다. 전체적으로는 소비자 행동에서 처분행동이 가장 높게 나타났고 (M=3.02), 사용행동이 가장 낮게 나타났다.(M=2.97)

각 하위영역별 문항의 소비자 행동을 살펴보면 구매행동 평균은 2.99점으로 이 중 구입한 물건이 불량품이거나 결함이 있는 경우 수리나 교환을 적극적으로 요구한다는 행동이 가장 높게 나타난 반면(M=3.56), 구입하기 전에 구매계획에 따라 구입하려는 물건에 대해 여러 가지 정보를 수집한다는 행동이 가장 낮은 수준을 나타냈다.(M=2.63)

사용행동은 평균 2.97점으로 이 중 사용하다가 문제가 생겨 사용할 수 없게 되면 고쳐서 사용할 수 있는 경우 고쳐서 사용한다는 행동이 가장 높게 나타난 반면 (M=3.22), 사용할 수 없을 때까지 끝까지 사용한다는 행동은 가장 낮은 수준을 나타냈다.(M=2.72)

처분행동은 평균 3.02점으로 이 중 당장 사용하지 않더라도 나중에 이용할 가능성이 있으면 버리지 않고 보관해 둔다는 행동이 가장 높은 반면(M=3.65), 사용하지 않는 경우 같은 종류의 다른 제품이나 다른 종류의 물건과 바꾼다는 행동이 낮은 수준을 나타냈다.(M=2.57)

〈표 9〉 소비자행동의 하위차원별 문항 평균

구분	문항 번호	문 항	평 균	표준 편차
구매	1-7 M=2.9991	1. 구입하기 전에 구매계획을 세운다.	2.7571	1.1161
		2. 구입하기 전에 구매계획에 따라 구입하려는 물건에 대해 여러 가지 정보를 수집한다.	2.6368	1.1039
		3. 구매할 때 미리 수집한 정보를 참고한다.	2.6674	1.1580
		4. 할인판매를 할 때까지 기다렸다가 할인기간에 구입한다.	2.7615	1.0334
		5. 구입한 물건이 불량품이거나 결함이 있는 경우 수리나 교환을 적극적으로 요구한다.	3.5602	1.0644
		6. 여러 상점을 다녀보고 상표의 종류, 가격, 품질을 비교해 본 다음 구매한다.	3.2823	1.0664
		7. 할인점에서 구입한다.	3.3282	.931.
사용	8-10 M=2.975	8. 사용할 수 없을 때까지 끝까지 사용한다.	2.7265	1.0031
		9. 제품을 함부로 다루지 않고 조심스럽게 다루며 깨끗하게 사용한다.	2.9716	.9985
		10. 사용하다가 문제가 생겨 사용할 수 없게 되면 고쳐서 사용할 수 있는 경우 고쳐서 사용한다.	3.2276	1.1125
처분	11-13 M=3.0255	11. 사용하지 않는 경우 같은 종류의 다른 제품이나 다른 종류의 물건과 바꾼다.	2.5777	.9313
		12. 당장 사용하지 않더라도 나중에 이용할 가능성이 있으면 버리지 않고 보관해 둔다.	3.6915	.9840
		13. 사용하지 않는 경우, 필요한 사람에게 공짜로 준다.	2.8074	1.1132

2) 관련변수에 따른 소비자 행동

중학생들의 소비자행동을 구매행동, 사용행동, 처분행동으로 나누어 빈도분석을 하였으며, 성별, 학년, 용돈, 아버지 학력, 어머니 학력에 따른 t-test와 일원분산분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

① 성별에 따른 소비자행동에 관한 분석

성별에 따른 중학생들의 소비자행동을 구매행동, 사용행동, 처분행동에 관한 t-test를 실시한 결과 <표 10> 과 같다

첫째, 성별에 따른 t-test 결과 구입하기 전에 구매계획을 세운다는 구매행동은 $p < .01$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 여학생이 남학생보다는 물건을 구입할 때 구매계획을 세운다는 것을 알 수 있다.

둘째, 구매할 때 미리 수집한 정보를 참고한다는 구매행동은 $p < .05$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 여학생이 남학생보다 구매하기 전에 수집한 정보를 미리 참고한다는 것을 알 수 있다.

셋째, 성별에 따른 t-test 결과 할인판매를 할 때까지 기다렸다가 할인기간에 구입한다는 구매행동은 $p < .01$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 남학생이 여학생보다는 할인 판매기간에 물건을 구매한다는 것을 알 수 있다.

넷째, 성별에 따른 t-test 결과 할인점에서 구입한다는 구매행동은 $p < .01$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 남학생이 여학생보다는 더 할인점을 이용한다는 것을 알 수 있다.

다섯째, 성별에 따른 t-test 결과 제품을 함부로 다루지 않고 조심스럽게 다루며 깨끗하게 사용한다는 사용행동은 $p < .05$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 남학생들이 여학생들보다는 제품을 함부로 다루지 않고 깨끗하게 사용한다는 것을 알 수 있다.

여섯째, 성별에 따른 t-test 결과 사용하지 않는 경우 같은 종류의 다른 제품이나 다른 종류의 물건과 바꾼다는 처분행동은 $p < .01$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가

있는 것으로 나타났다. 즉 여학생들이 남학생들보다는 사용하지 않는 경우 같은 종류의 다른 제품이나 다른 종류의 물건과 바꾼다는 것을 알 수 있다.



〈표 10〉 성별에 따른 소비자행동에 관한 t-test

구분	문항	성별	N	평균	표준편차	t	p
구매 행동	구입하기 전에 구매계획을 세운다.	남	248	2.6331	1.1196	-2.605	.010
		여	209	2.9043	1.0965	**	
	구입하기 전에 구매계획에 따라 구입하려는 물건에 대해 여러 가지 정보를 수집한다.	남	248	2.6210	1.0991	-.333	.740
		여	209	2.6555	1.1120		
	구매할 때 미리 수집한 정보를 참고한다.	남	248	2.5565	1.1719	-2.241	.026
		여	209	2.7990	1.1299	*	
	할인판매를 할 때까지 기다렸다가 할인기간에 구입한다.	남	248	2.8871	1.0355	2.858	.004
		여	209	2.6124	1.0134		
	구입한 물건이 불량품이거나 결함이 있는 경우 수리나 교환을 적극 요구한다.	남	248	3.6129	1.0776	1.157	.248
		여	209	3.4976	1.0475		
여러 상점을 다녀보고 상표의 종류, 가격, 품질을 비교해 본 다음 구매한다.	남	248	3.2056	1.0957	-1.677	.094	
	여	209	3.3732	1.0258			
할인점에서 구입한다	남	248	3.4355	.9372	2.689	.007	
	여	209	3.2010	.9187	**		
사용 행동	사용할 수 없을 때까지 끝까지 사용한다.	남	248	2.8024	1.0403	1.767	.078
		여	209	2.6364	.9516		
	제품을 함부로 다루지 않고 조심스럽게 다루며 깨끗하게 사용한다.	남	248	3.0806	1.0148	2.560	.011
		여	209	2.8421	.9652	*	
	사용하다가 문제가 생겨 사용할 수 없게 되면 고쳐서 사용할 수 있는 경우 고쳐서 사용한다.	남	248	3.1855	1.1011	-.879	.380
		여	209	3.2775	1.1264		

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

〈표 10〉 성별에 따른 소비자행동에 관한 t-test

구분	문항	성별	N	평균	표준편차	t	p
처분 행동	사용하지 않는 경우 같은 종류의 다른 제품이나 다른 종류의 물건과 바꾼다.	남	248	2.4637	.9473	-2.872	.004
		여	209	2.7129	.8954		
	당장 사용하지 않더라도 나중에 이용할 가능성이 있으면 버리지 않고 보관해 둔다.	남	248	3.6250	1.0103	-1.576	.116
		여	209	3.7703	.9481		
	사용하지 않는 경우, 필요한 사람에게 공짜로 준다.	남	248	2.8831	1.1552	1.585	.114
		여	209	2.7177	1.0569		

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

② 학년에 따른 소비자행동에 관한 분석

학년에 따른 중학생들의 소비자행동을 구매행동, 사용행동, 처분행동에 관한 F-test를 실시한 결과 〈표 11〉과 같다.

첫째, 학년에 따른 t-test 결과 제품을 함부로 다루지 않고 조심스럽게 다루며 깨끗하게 사용한다는 처분행동은 $p < .01$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 1학년, 3학년, 2학년 순으로 제품을 함부로 다루지 않고 조심스럽게 다루며 깨끗하게 사용한다는 것을 알 수 있다.

둘째, 학년에 따른 F-test 결과 구매행동, 사용행동, 처분행동은 〈표 11〉에서 나타난 바와 같이 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈표 11〉 학년에 따른 소비자행동에 관한 F-test

구분	문항	학년	N	평균	표준편차	F	p
구 매 행 동	구입하기 전에 구매계획을 세운다.	1학년	136	2.9191	1.0684	2.857	.058
		2학년	165	2.6121	1.1076		
		3학년	156	2.7692	1.1520		
		합계	457	2.7571	1.1161		
	구입하기 전에 구매계획에 따라 구입하려는 물건에 대해 여러 가지 정보를 수집한다.	1학년	136	2.6397	1.0864	1.458	.234
		2학년	165	2.5333	1.0794		
		3학년	156	2.7436	1.1409		
		합계	457	2.6368	1.1039		
	구매할 때 미리 수집한 정보를 참고한다.	1학년	136	2.6471	1.1959	.761	.468
		2학년	165	2.6000	1.1884		
		3학년	156	2.7564	1.0917		
		합계	457	2.6674	1.1580		
	할인판매를 할 때까지 기다렸다가 할인기간에 구입한다.	1학년	136	2.7353	1.0201	.075	.928
		2학년	165	2.7636	1.0701		
		3학년	156	2.7821	1.0115		
		합계	457	2.7615	1.0334		
	구입한 물건이 불량품이거나 결함이 있는 경우 수리나 교환을 적극 요구한다.	1학년	136	3.6912	1.0001	1.688	.186
		2학년	165	3.4667	1.1558		
		3학년	156	3.5449	1.0118		
		합계	457	3.5602	1.0644		
	여러 상점을 다녀보고 상표의 종류, 가격, 품질을 비교해 본 다음 구매한다.	1학년	136	3.2868	1.0880	.153	.858
		2학년	165	3.2485	1.0616		
		3학년	156	3.3141	1.0583		
		합계	457	3.2823	1.0664		
	할인점에서 구입한다.	1학년	136	3.2647	.9831	2.625	.074
		2학년	165	3.4606	.9846		
		3학년	156	3.2436	.8220		
		합계	457	3.3282	.9351		

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

〈표 11〉 학년에 따른 소비자행동에 관한 F-test

구분	문항	학년	N	평균	표준편차	F	p
사용 행동	사용할 수 없을 때까지 끝까지 사용한다.	1학년	136	2.8971	.9528	2.849	.059
		2학년	165	2.6667	1.0895		
		3학년	156	2.6410	.9364		
		합계	457	2.7265	1.0031		
	제품을 함부로 다루지 않고 조심스럽게 다루며 깨끗하게 사용한다.	1학년	136	3.1985	1.0097	5.221	.006
		2학년	165	2.8485	1.0277		
		3학년	156	2.9038	.9283		
		합계	457	2.9716	.9985		
	사용하다가 문제가 생겨 사용할 수 없게 되면 고쳐서 사용할 수 있는 경우 고쳐서 사용한다.	1학년	136	3.1765	1.1345	.442	.643
		2학년	165	3.2909	1.1317		
		3학년	156	3.2051	1.0759		
		합계	457	3.2276	1.1125		
처분 행동	사용하지 않는 경우 같은 종류의 다른 제품이나 다른 종류의 물건과 바꾼다.	1학년	136	2.6838	.8920	1.529	.218
		2학년	165	2.5697	.9385		
		3학년	156	2.4936	.9537		
		합계	457	2.5777	.9313		
	당장 사용하지 않더라도 나중에 이용할 가능성이 있으면 버리지 않고 보관해 둔다.	1학년	136	3.7721	.8517	2.427	.089
		2학년	165	3.7576	.9825		
		3학년	156	3.5513	1.0794		
		합계	457	3.6915	.9840		
	사용하지 않는 경우, 필요한 사람에게 공짜로 준다.	1학년	136	2.8088	1.1386	.075	.928
		2학년	165	2.8303	1.0911		
		3학년	156	2.7821	1.1205		
		합계	457	2.8074	1.1132		

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

③ 용돈에 따른 소비자행동에 관한 분석

용돈에 따른 중학생들의 소비자행동을 구매행동, 사용행동, 처분행동에 관한 F-test를 실시한 결과 <표 12>와 같다

첫째, 용돈에 따른 F-test 결과 제품을 함부로 다루지 않으며 조심스럽게 다루며 깨끗하게 사용한다는 사용행동은 $p < .05$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 용돈에 따른 F-test 결과 구매행동, 처분행동은 <표 12>에서 나타난 바와 같이 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.



〈표 12〉 용돈에 따른 소비자행동에 관한 F-test

구분	문항	용돈	N	평균	표준편차	F	p
구매 행동	구입하기 전에 구매 계획을 세운다.	3만원 미만	298	2.7919	1.1387	.489	.784
		3-6만원 미만	110	2.6636	1.0690		
		6-9만원미만	26	2.6154	1.1341		
		9-12만원미만	10	2.9000	.8756		
		12-15만원미만	3	3.3333	1.5275		
		15만원이상	10	2.8000	1.1353		
		합계	457	2.7571	1.1161		
	구입하기 전에 구매계획에 따라 구입하려는 물건에 대해 여러 가지 정보를 수집한다.	3만원 미만	298	2.6208	1.0981	1.294	.265
		3-6만원 미만	110	2.7545	1.1103		
		6-9만원미만	26	2.3846	1.0612		
		9-12만원미만	10	2.8000	1.0328		
		12-15만원미만	3	3.3333	1.5275		
		15만원이상	10	2.1000	1.1972		
		합계	457	2.6368	1.1039		
	구매할 때 미리 수집한 정보를 참고한다.	3만원 미만	298	2.6779	1.1935	.309	.908
		3-6만원 미만	110	2.6545	1.1206		
		6-9만원미만	26	2.5769	.9021		
		9-12만원미만	10	3.0000	1.0541		
		12-15만원미만	3	2.6667	2.0817		
		15만원이상	10	2.4000	1.0750		
		합계	457	2.6674	1.1580		
	할인판매를 할 때까지 기다렸다가 할인기간에 구입한다.	3만원 미만	298	2.7584	1.0160	.565	.727
		3-6만원 미만	110	2.7727	1.0892		
		6-9만원미만	26	2.5769	1.0648		
		9-12만원미만	10	2.7000	.8233		
		12만원-15만원미만	3	3.0000	1.7321		
		15만원이상	10	3.2000	.9189		
		합계	457	2.7615	1.0334		
구입한 물건이 불량품이거나 결함이 있는 경우 수리나 교환을 적극 요구한다.	3만원 미만	298	3.5872	1.0921	.718	.610	
	3-6만원 미만	110	3.6000	1.0245			
	6-9만원미만	26	3.3462	1.0561			
	9-12만원미만	10	3.4000	.6992			
	12-15만원미만	3	3.0000	1.7321			
	15만원이상	10	3.2000	.7888			
	합계	457	3.5602	1.0644			

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

〈표 12〉 용돈에 따른 소비자행동에 관한 F-test

구분	문항	용돈	N	평균	표준편차	F	p
구매 행동	여러 상점을 다녀 보고 상표의 종류, 가격, 품질을 비교 해 본 다음 구매하 다.	3만원 미만	298	3.3255	1.0722	.788	.599
		3-6만원 미만	110	3.1818	1.0243		
		6-9만원미만	26	3.3077	1.1923		
		9-12만원미만	10	2.8000	.9189		
		12-15만원미만	3	3.3333	2.0817		
		15만원이상	10	3.5000	.8498		
		합계	457	3.2823	1.0664		
	할인점에서 구입 한다.	3만원 미만	298	3.3725	.9564	2.063	.069
		3-6만원 미만	110	3.2455	.8479		
		6-9만원미만	26	3.3846	.9829		
		9-12만원미만	10	3.1000	.5676		
		12만원-15만원미만	3	4.3333	.5774		
		15만원이상	10	2.7000	1.1595		
		합계	457	3.3282	.9351		
사용 행동	사용할 수 없을 때 까지 끝까지 사용 한다.	3만원 미만	298	2.7383	.9908	.539	.747
		3-6만원 미만	110	2.7455	1.0873		
		6-9만원미만	26	2.5385	.9892		
		9-12만원미만	10	2.5000	.8498		
		12-15만원미만	3	2.3333	.5774		
		15만원이상	10	3.0000	.6667		
		합계	457	2.7265	1.0031		
	제품을 함부로 다 루지 않고 조심스 럽게 다루며 깨끗 하게 사용한다.	3만원 미만	298	2.9765	.9827	2.319	.043
		3-6만원 미만	110	3.0455	1.0526		
		6-9만원미만	26	2.5385	.8593		
		9-12만원미만	10	2.8000	.6325		
		12-15만원미만	3	4.3333	.5774		
		15만원이상	10	2.9000	1.1972		
		합계	457	2.9716	.9985		
사용하다가 문제 가 생겨 사용할 수 없게 되면 고쳐서 사용할 수 있는 경 우 고쳐서 사용한 다.	3만원 미만	298	3.2752	1.0970	1.200	.308	
	3-6만원 미만	110	3.2545	1.1124			
	6-9만원미만	26	2.7692	1.2428			
	9-12만원미만	10	3.0000	1.0541			
	12-15만원미만	3	3.0000	1.0000			
	15만원이상	10	3.0000	1.2472			
	합계	457	3.2276	1.1125			

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

〈표 12〉 용돈에 따른 소비자행동에 관한 F-test

구분	문항	용돈	N	평균	표준편차	F	p
처분 행동	사용하지 않는 경우 같은 종류의 다른 제품이나 다른 종류의 물건과 바꾼다.	3만원 미만	298	2.6309	.8903	2.155	.058
		3-6만원 미만	110	2.4000	.9972		
		6-9만원미만	26	2.5000	.7616		
		9-12만원미만	10	3.1000	1.1972		
		12-15만원미만	3	3.3333	.5774		
		15만원이상	10	2.4000	1.2649		
		합계	457	2.5777	.9313		
	당장 사용하지 않더라도 나중에 이용할 가능성이 있으면 버리지 않고 보관해 둔다.	3만원 미만	298	3.7416	.9763	1.428	.213
		3-6만원 미만	110	3.6818	.9762		
		6-9만원미만	26	3.5769	1.1017		
		9-12만원미만	10	3.1000	1.1005		
		12-15만원미만	3	3.0000	1.0000		
		15만원이상	10	3.4000	.6992		
		합계	457	3.6915	.9840		
	사용하지 않는 경우, 필요한 사람에게 공짜로 준다.	3만원 미만	298	2.7349	1.0888	1.375	.232
		3-6만원 미만	110	2.9000	1.1882		
		6-9만원미만	26	2.9231	1.0554		
		9-12만원미만	10	2.8000	.9189		
		12-15만원미만	3	3.3333	1.5275		
		15만원이상	10	3.5000	1.0801		
		합계	457	2.8074	1.1132		

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

④ 아버지 학력에 따른 소비자행동에 관한 분석

아버지 학력에 따른 중학생들의 소비자행동을 구매행동, 사용행동, 처분행동에 관한 F-test를 실시한 결과 <표 13> 과 같다

첫째, 아버지 학력에 따른 F-test 결과 구매할 때 미리 수집한 정보를 참고한다는 구매행동은 $p < .01$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 아버지 학력에 따른 F-test 결과 구입한 물건이 불량품이거나 결함이 있는 경우 수리나 교환을 적극 요구한다는 구매행동은 $p < .01$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 아버지 학력에 따른 F-test 결과 사용행동, 처분행동은 <표 13> 에서 나타난 바와 같이 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.



〈표 13〉 아버지 학력에 따른 소비자행동에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	P
구매 행동	구입하기 전에 구매계획을 세운다.	초졸	8	2.7500	1.0351	.161	.987
		중졸	40	2.8750	1.1365		
		고졸	208	2.7212	1.1459		
		전문대 졸	57	2.7719	1.1022		
		대졸	118	2.7881	1.1159		
		대학원 이상	20	2.6500	1.0400		
		기타	6	2.8333	.7528		
		합계	457	2.7571	1.1161		
	구입하기 전에 구매계획에 따라 구입하려는 물건에 대해 여러 가지 정보를 수집한다.	초졸	8	2.3750	.9161	1.920	.076
		중졸	40	2.4500	1.0610		
		고졸	208	2.5769	1.0740		
		전문대 졸	57	2.4737	1.0708		
		대졸	118	2.8390	1.1471		
		대학원 이상	20	3.1000	1.2524		
		기타	6	2.3333	1.0328		
		합계	457	2.6368	1.1039		
	구매할 때 미리 수집한 정보를 참고한다.	초졸	8	2.3750	1.1877	2.914	.008
		중졸	40	2.2500	1.2142		
		고졸	208	2.6683	1.0948		
		전문대 졸	57	2.3860	1.0816		
		대졸	118	2.9492	1.1972		
		대학원 이상	20	2.8500	1.3089		
		기타	6	2.3333	1.2111		
		합계	457	2.6674	1.1580		
	할인판매를 할 때까지 기다렸다가 할인기간에 구입한다.	초졸	8	2.0000	.7559	1.984	.067
		중졸	40	2.7000	1.0908		
		고졸	208	2.6587	1.0138		
		전문대 졸	57	2.9123	1.0399		
대졸		118	2.9492	1.0529			
대학원 이상		20	2.7000	1.0311			
기타		6	2.8333	.4082			
합계		457	2.7615	1.0334			
구입한 물건이 불량품이거나 결함이 있는 경우 수리나 교환을 적극 요구한다.	초졸	8	3.2500	1.2817	3.034	.006	
	중졸	40	3.2000	.9661			
	고졸	208	3.5913	1.0174			
	전문대 졸	57	3.2105	1.1913			
	대졸	118	3.7712	1.0411			
	대학원 이상	20	3.8500	1.0400			
	기타	6	3.5000	1.2247			
	합계	457	3.5602	1.0644			

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

6 <표 13> 아버지 학력에 따른 소비자행동에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	P
구매 행동	여러 상점을 다녀보 고 상표의 종류, 가 격, 품질을 비교해 본 다음 구매한다.	초졸	8	3.1250	1.2464	.897	.497
		중졸	40	3.2250	1.0975		
		고졸	208	3.3221	1.0435		
		전문대 졸	57	3.2982	.9994		
		대졸	118	3.3220	1.1007		
		대학원 이상	20	3.0000	1.2140		
		기타	6	2.5000	.8367		
		합계	457	3.2823	1.0664		
	할인점에서 구입한 다.	초졸	8	3.1250	1.2464	1.506	.174
		중졸	40	3.2750	.9055		
		고졸	208	3.2404	.9376		
		전문대 졸	57	3.4912	.7820		
		대졸	118	3.3475	.9904		
		대학원 이상	20	3.7500	.8507		
기타		6	3.6667	.8165			
합계		457	3.3282	.9351			
사용 행동	사용할 수 없을 때 까지 끝까지 사용한 다.	초졸	8	2.3750	1.0607	.952	.457
		중졸	40	2.9000	.9819		
		고졸	208	2.6971	1.0070		
		전문대 졸	57	2.6140	.9015		
		대졸	118	2.7712	1.0493		
		대학원 이상	20	3.0000	1.0761		
		기타	6	2.3333	.5164		
		합계	457	2.7265	1.0031		
	제품을 함부로 다루 지 않고 조심스럽게 다루며 깨끗하게 사 용한다.	초졸	8	2.6250	1.3025	1.245	.282
		중졸	40	2.9250	1.1410		
		고졸	208	2.8894	.9285		
		전문대 졸	57	3.0175	1.0087		
		대졸	118	3.0593	1.0319		
		대학원 이상	20	3.2000	1.0563		
기타		6	3.6667	.8165			
합계		457	2.9716	.9985			
사용하다가 문제가 생겨 사용할 수 없게 되면 고쳐서 사용할 수 있는 경우 고쳐서 사용한다	초졸	8	3.3750	1.1877	1.380	.221	
	중졸	40	3.4750	.9868			
	고졸	208	3.1875	1.1287			
	전문대 졸	57	3.1754	1.1039			
	대졸	118	3.2712	1.0834			
	대학원 이상	20	3.3000	1.2607			
	기타	6	2.1667	1.1690			
	합계	457	3.2276	1.1125			

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

〈표 13〉 아버지 학력에 따른 소비자행동에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	P
처분 행동	사용하지 않는 경우 같은 종류의 다른 제 품이나 다른 종류의 물건과 바꾼다.	초졸	8	2.0000	.7559	1.310	.251
		중졸	40	2.6250	.9251		
		고졸	208	2.5000	.9062		
		전문대 졸	57	2.7368	.8969		
		대졸	118	2.6610	.9890		
		대학원 이상	20	2.5000	1.0513		
		기타	6	2.8333	.4082		
		합계	457	2.5777	.9313		
		당장 사용하지 않더 라도 나중에 이용할 가능성이 있으면 버 리지 않고 보관해 둔다.	초졸	8	3.7500		
	중졸		40	3.6500	1.0513		
	고졸		208	3.6346	.9933		
	전문대 졸		57	3.5614	.9639		
	대졸		118	3.7881	.9683		
	대학원 이상		20	4.2500	.6387		
	기타		6	3.3333	1.0328		
	합계		457	3.6915	.9840		
	사용하지 않는 경 우, 필요한 사람에 게 공짜로 준다.		초졸	8	2.6250	1.0607	1.609
		중졸	40	2.9250	.9971		
		고졸	208	2.7404	1.0812		
		전문대 졸	57	3.1404	1.1090		
		대졸	118	2.6864	1.1745		
		대학원 이상	20	2.9500	1.2344		
		기타	6	3.3333	1.0328		
		합계	457	2.8074	1.1132		

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

⑤ 어머니 학력에 따른 소비자행동에 관한 분석

어머니 학력에 따른 중학생들의 소비자행동을 구매행동, 사용행동, 처분행동에 관한 F-test를 실시한 결과 <표 14> 와 같다

첫째, 어머니 학력에 따른 F-test 결과 할인판매를 할 때까지 기다렸다가 할인기간에 구입한다는 구매행동은 $p < .05$ 이하에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 어머니 학력에 따른 F-test 결과 사용행동, 처분행동은 <표 14> 에서 나타난 바와 같이 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.



〈표 14〉 어머니 학력에 따른 소비자행동에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	p
구매 행동	구입하기 전에 구매계획을 세운다.	초졸	14	2.7857	1.1217	.140	.991
		중졸	59	2.8305	1.1767		
		고졸	291	2.7320	1.1403		
		전문대 졸	27	2.8519	.9885		
		대졸	56	2.7321	1.0356		
		대학원 이상	6	2.8333	1.1690		
		기타	4	3.0000	.8165		
		합계	457	2.7571	1.1161		
	구입하기 전에 구매계획에 따라 구입하려는 물건에 대해 여러 가지 정보를 수집한다.	초졸	14	2.5714	.9376	.605	.726
		중졸	59	2.5424	1.1036		
		고졸	291	2.6186	1.1028		
		전문대 졸	27	2.5556	1.1209		
		대졸	56	2.8571	1.1350		
		대학원 이상	6	3.0000	1.2649		
		기타	4	2.5000	1.2910		
		합계	457	2.6368	1.1039		
	구매할 때 미리 수집한 정보를 참고한다.	초졸	14	2.6429	1.0082	1.148	.333
		중졸	59	2.5254	1.2506		
		고졸	291	2.6289	1.1233		
		전문대 졸	27	2.8889	1.0860		
		대졸	56	2.9286	1.2484		
		대학원 이상	6	3.0000	1.5492		
		기타	4	2.0000	1.1547		
		합계	457	2.6674	1.1580		
	할인판매를 할 때까지 기다렸다가 할 인기간에 구입한다.	초졸	14	2.8571	.9493	2.234	.039
		중졸	59	2.6102	1.0342		
		고졸	291	2.7010	1.0017		
		전문대 졸	27	3.3333	1.2710		
		대졸	56	2.9643	1.0438		
		대학원 이상	6	2.5000	1.0488		
		기타	4	2.7500	.5000		
		합계	457	2.7615	1.0334		

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

〈표 14〉 어머니 학력에 따른 소비자행동에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	p
구매 행동	구입한 물건이 불량품이거나 결함이 있는 경우 수리나 교환을 적극 요구한다.	초졸	14	3.2143	1.1217	1.507	.174
		중졸	59	3.4915	.9715		
		고졸	291	3.5326	1.0930		
		전문대 졸	27	3.5185	1.1222		
		대졸	56	3.9107	.9000		
		대학원 이상	6	3.1667	1.1690		
		기타	4	3.7500	1.2583		
		합계	457	3.5602	1.0644		
	여러 상점을 다녀보고 상표의 종류, 가격, 품질을 비교해 본 다음 구매한다.	초졸	14	3.0000	1.0377	1.628	.138
		중졸	59	3.5424	1.0719		
		고졸	291	3.2302	1.0628		
		전문대 졸	27	3.5926	.7971		
		대졸	56	3.2500	1.1794		
		대학원 이상	6	3.3333	.8165		
		기타	4	2.5000	1.0000		
		합계	457	3.2823	1.0664		
	할인점에서 구입한다.	초졸	14	3.1429	.8644	1.678	.125
		중졸	59	3.4746	.9164		
		고졸	291	3.2474	.9288		
		전문대 졸	27	3.7037	.6688		
		대졸	56	3.4286	1.0593		
대학원 이상		6	3.3333	1.0328			
기타		4	3.7500	.9574			
합계		457	3.3282	.9351			
사용 행동	사용할 수 없을 때까지 끝까지 사용한다.	초졸	14	2.9286	.8287	.797	.572
		중졸	59	2.8305	.9126		
		고졸	291	2.6701	.9902		
		전문대 졸	27	2.8519	1.3215		
		대졸	56	2.7857	1.0739		
		대학원 이상	6	3.1667	.7528		
		기타	4	2.2500	.5000		
		합계	457	2.7265	1.0031		
	제품을 함부로 다루지 않고 조심스럽게 다루며 깨끗하게 사용한다.	초졸	14	3.1429	1.0271	.990	.431
		중졸	59	2.8983	1.1551		
		고졸	291	2.9244	.9583		
		전문대 졸	27	3.0370	1.1260		
		대졸	56	3.1607	.9682		
		대학원 이상	6	3.0000	.8944		
기타	4	3.7500	.9574				
합계	457	2.9716	.9985				

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

〈표 14〉 어머니 학력에 따른 소비자행동에 관한 F-test

구분	문항	학력	N	평균	표준편차	F	p
사용 행동	사용하다가 문제가 생겨 사용할 수 없게 되면 고 쳐서 사용할 수 있는 경 우 고쳐서 사용한다.	초졸	14	3.2857	.9945	1.226	.291
		중졸	59	3.2881	1.0513		
		고졸	291	3.1890	1.1120		
		전문대 졸	27	3.4074	.9711		
		대졸	56	3.3036	1.2493		
		대학원 이상	6	3.6667	1.2111		
		기타	4	2.0000	.8165		
		합계	457	3.2276	1.1125		
처분 행동	사용하지 않는 경우 같 은 종류의 다른 제품이 나 다른 종류의 물건과 바꾼다.	초졸	14	2.7857	.8018	1.048	.393
		중졸	59	2.5254	.9888		
		고졸	291	2.5636	.9202		
		전문대 졸	27	2.4444	.8006		
		대졸	56	2.7679	1.0443		
		대학원 이상	6	2.0000	.6325		
		기타	4	2.7500	.5000		
		합계	457	2.5777	.9313		
	당장 사용하지 않더라도 나중에 이용할 가능성이 있으면 버리지 않고 보 관해 둔다.	초졸	14	3.3571	.8419	1.421	.205
		중졸	59	3.6271	1.0970		
		고졸	291	3.6907	.9652		
		전문대 졸	27	3.7407	1.0952		
		대졸	56	3.7857	.9286		
		대학원 이상	6	4.5000	1.5477		
		기타	4	3.0000	1.1547		
		합계	457	3.6915	.9840		
사용하지 않는 경우, 필 요한 사람에게 공짜로 준다.	초졸	14	3.0000	.7845	.887	.504	
	중졸	59	2.8136	1.0582			
	고졸	291	2.7698	1.1166			
	전문대 졸	27	3.1111	1.2506			
	대졸	56	2.7143	1.1235			
	대학원 이상	6	3.1667	1.4720			
	기타	4	3.5000	1.0000			
	합계	457	2.8074	1.1132			

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

4. 소비자의식과 행동의 주요변수간 상관분석

소비자의식과 행동의 주요변수간 상관분석은 <표 15> 와 같다.

소비자의식과 관련된 질문 문항은 향유의식(1-2), 과시의식(3-4), 심미의식(5-6), 유행의식(7-8), 환경보존의식(9-10)으로 구분하였고, 소비자행동에 대한 질문은 구매행동(1-7), 사용행동(8-10), 처분행동(11-13)으로 구분하였다.

소비자의식과 소비자행동 사이의 상관관계를 분석한 결과 <표 15> 에 나타난 것처럼 거의 모든 변수간에 상관관계를 가지고 있음을 알 수 있다.

첫째, 향유의식은 과시의식, 심미의식, 유행의식과 정적인 상관관계를 보이며, 환경보존의식, 구매행동, 사용행동과는 부적의 상관관계를 보이고 있다. 그리고 처분행동과는 상관관계를 보이지 않고 있다.

둘째, 과시의식은 심미의식과는 정적인 상관관계를 보이며, 환경보존의식과는 부적의 상관관계를 보이고 있다. 그리고 유행의식과는 상관관계를 보이지 않고 있다.

셋째, 심미의식은 향유의식, 과시의식과는 정적인 상관관계를 보이며, 환경보존의식, 구매행동, 사용행동과는 부적의 상관관계를 보이고 있다. 그리고 유행의식, 처분행동과는 상관관계를 보이지 않고 있다.

넷째, 유행의식은 향유의식, 과시의식, 심미의식과는 정적인 상관관계를 보이며, 환경보존의식, 사용행동과는 부적의 상관관계를 보이고 있다. 그리고 구매행동, 처분행동과는 상관관계를 보이지 않고 있다.

다섯째, 환경보존의식은 구매행동, 사용행동과는 정적인 상관관계를 보이며, 향유의식, 과시의식, 심미의식과는 부적의 상관관계를 보이고 있다. 그리고 유행의식, 처분행동과는 상관관계를 보이지 않고 있다.

여섯째, 구매행동은 환경보존의식, 사용행동, 처분행동과는 정적인 상관관계를 보이며, 심미의식과는 부적의 상관관계를 보이고 있다. 그리고 향유의식, 과시의식, 유행의식과는 상관관계를 보이지 않고 있다.

일곱째, 사용행동은 환경보존의식, 구매행동, 처분행동과는 정적인 상관관계를 보이며, 향유의식, 과시의식, 심미의식과는 부적의 상관관계를 보이고 있다.

여덟째, 처분행동은 구매행동, 사용행동과는 정적인 상관관계를 보이며, 과시의식과는 부적의 상관관계를 보이고 있다. 그리고 향유의식, 심미의식, 유행의식, 환경보존의식과는 상관관계를 보이지 않고 있다.

〈표 15〉 소비자의식과 행동의 주요변수간 상관분석

구분	향유의식	과시의식	심미의식	유행의식	환경보존의식	구매행동	사용행동	처분행동
향유의식	1.000	.202**	.208**	.210**	-.108*	-.052	-.121**	.050
과시의식	.202**	1.000	.503**	.532	-.223**	-.041	-.129**	-.096*
심미의식	.208**	.503**	1.000	.477	-.268**	-.143**	-.102*	-.046
유행의식	.210**	.532**	.477**	1.000	-.250**	-.073	-.111*	-.023
환경보존의식	-.108*	-.223**	-.268**	-.250	1.000	.152**	.116*	.046
구매행동	-.052	-.041	-.143**	-.073	.152**	1.000	.311**	.172*
사용행동	-.121**	-.129**	-.102**	-.111	.116*	.311**	1.000	.105*
처분행동	.050	-.096*	-.046	-.023	.046	.172**	.105*	1.000

**P < 0.01 *P < 0.05

V. 결 론

오늘날 중학생 소비자들의 소비지출이 차지하는 비중이 날로 증가하고 있다. 그리고 중학생 시기에 형성된 소비생활 태도는 미래의 성인 소비자에게 지속적으로 영향을 미치게 된다.

현실적인 여건을 살펴보면 아직까지도 중학생 소비자에 대한 관심이 부족한 상태여서 지금이 중학생 소비자에 대한 관심이 그 어느 때 보다 필요한 시기이고, 미래 사회의 경제의 주역이 될 중학생 소비자들의 소비자 의식 및 행동에 관한 연구는 매우 중요한 과제가 아닐 수 없다.

이러한 관점에 입각하여 본 연구는 제주시 지역 중학생들의 소비자 의식 및 행동을 분석하여 중학생들이 바람직한 소비자의식과 합리적인 소비자 행동에 대한 체계적인 중학생 소비자 교육의 기초자료를 제공하는 데 그 목적이 있다.

이를 위하여 문헌연구와 실증 연구를 병행하였다. 문헌 연구에서는 소비자의 개념과 역할, 청소년소비자의 특징과 소비 특성, 소비자의식과 소비자행동의 개념을 도출하였다. 그리고 중학생 소비자들의 소비의식 및 행동에 관하여 실증분석을 하였다.

이상의 연구결과를 토대로 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

첫째, 중학생들의 소비자가 가지고 있는 소비의식 수준은 환경보존의식이 가장 높고 과시의식의 가장 낮게 나타나 이는 대중매체에서 보도되어지는 것처럼 중학생 소비자들은 문제되는 소비의식을 가지고 있다고 볼 수 있다. 그리고 전체적으로 중학생들의 소비의식 수준이 낮은 것은 소비자교육이 이루어지지 않음을 시사한다.

둘째, 중학생 소비자의 하위차원별 소비의식을 분석하면, 향유의식은 성별, 용돈에 따라 집단별로 추구하는 소비의식이 뚜렷하며, 과시의식은 학년에 따라 집단별로 추구하는 소비의식이 뚜렷하고, 성별, 용돈에 따라 집단 간 차이를 보였다. 그리고 유행의식과 심미의식은 용돈에 따라 집단 간 차이를 나타냈다. 그리고 환경보존

의식은 아버지 학력에 따라 집단 간 뚜렷한 차이를 보였다. 여기서 알 수 있는 것은 중학생들의 소비자의식은 주로 성별, 용돈에 따라 차이를 보이고 있다. 즉 용돈의 지출이나 관리가 불합리적인 소비양상을 보이고 있으며,性に 따라 소비자의식의 차이를 보여주고 있다. 따라서 중학생들에게 소비자 교육을 할 때 용돈 관리를 잘 할 수 있고, 올바른 소비자 의식을 가질 수 있도록 性역할에 맞는 소비자 교육이 요청된다.

셋째, 중학생 소비자행동은 처분행동이 가장 높게 나타났고 사용행동이 가장 낮게 나타났다. 그리고 전체적으로 중학생들의 소비자 행동 수준이 높지 않음을 알 수 있다. 이는 중학생 소비자가 어린 학생이어서 실제로 소비행동을 경험할 기회가 별로 없기 때문이라고 생각한다. 그리고 중학생들의 소비자의식 수준보다는 소비자 행동이 높게 나타난 것은 어린 학생들이라서 부모님의 영향을 비교적 많이 받아서 그런 결과를 가져온 것이라 생각한다. 그리고 소비자 행동 수준이 대체로 낮은 편이어서 소비자 행동의 수준을 높일 수 있는 다양한 소비자 교육 프로그램을 마련해야 할 것이다.

넷째, 중학생의 소비자행동은 구매행동은 성별, 아버지 학력, 어머니 학력에 따라 사용행동은 성별, 용돈에 따라 처분행동은 성별에 따라 추구하는 소비자 행동의 차이를 나타냈는데, 이는 소비자 행동은 주로 성별에 따라 차이를 알 수 있다. 따라서 소비자 교육을 할 때 성별에 따른 소비자프로그램을 개발하여 소비자 교육시 各性에 맞는 소비자 교육을 시켜야 할 것이다.

다섯째, 중학생의 소비자의식과 행동의 상관관계를 나타냈는데, 일반적으로 의식은 행동에 선행요인이 된다. 그런데 여기서 중학생 소비자의식 수준이 소비자 행동 수준보다 낮은 것은 소비자 교육이 거의 이루어지지 않고 있음을 시사한다. 대부분이 연구에서 소비자 의식 수준이 소비자 행동 수준을 상회하는 연구 결과가 나왔는데, 이는 주로 청소년 소비자 중에서 고등학생을 대상으로 한 연구였다. 여기서 알 수 있는 것은 학년이 올라갈수록 조금씩 소비자 교육이 이루어지고 있다는 것을 알 수 있다. 실질적으로 중·고등학교 교과서를 비교 분석해보면 고등학교가 중학교보

다는 더 많은 소비자 교육이 이루어지고 있음을 알 수 있다.

따라서 중학생들의 소비자 의식 수준을 높이기 위해서는 중학생 수준에 맞는 프로그램을 개발하여 소비자 교육을 시켜야 한다. 그러면 소비자 의식 수준은 높아질 것이며 병행하여 소비자 행동 수준도 지금보다는 높아질 것이다.

본 연구가 갖고 있는 제한점을 바탕으로 앞으로의 연구에서는 다음과 같은 사항을 고려할 것을 제안한다.

첫째, 본 연구에서는 조사대상자를 제주도 제주시에 거주하는 중학생을 대상으로 한정하였다. 그러므로 보다 더 광범위한 지역을 대상으로 한 연구가 필요하다.

둘째, 소비자 의식과 소비자 행동 문항을 선정하는 데 어려움이 많았다. 따라서 보다 더 합리적인 문항을 선정하기 위한 다양한 연구가 필요하다.

셋째, 본 연구에서 소비자 의식에 대한 분류는 연구자의 주관에 따라 행해졌다. 따라서 소비자의식을 합리적으로 분류할 수 있는 다양한 방안이 강구되어야 할 것이다.

넷째, 본 연구는 중학생들의 소비자 의식과 행동을 질문지를 통해 조사하였다. 따라서 어느 특정 집단이 어떤 소비의식을 더 많이 가지고 있는가를 알아내는 데 한계가 있었다. 그러므로 앞으로는 다양한 연구 방법을 병행하여 한계를 극복해야 할 것이다.



참 고 문 헌

- 강갑신(2000) “청소년 소비행태 및 학교소비자 교육실태 분석-고등학교 사회 교과를 중심으로-”, 석사학위논문, 경남대학교 대학원.
- 강희선(1993) “청소년 소비자의 환경문제에 대한 의식과 행동에 관한 연구- 서울 지역을 중심으로-”, 석사학위논문, 숙명여자 대학교 대학원.
- 김기욱 외(1998), 「소비자와 시장」, 도서출판 신정.
- 김세순(1998) “아동의 경제적 사회화에 대한 부모의 영향”, 박사학위논문, 동의대학교 대학원.
- 김일호(1993), “고등학생의 소비자행동에 관한 연구-전주시를 중심으로 -”, 석사 학위논문, 성신여자대학교 교육대학원.
- 김중의(__), 「소비자 행동」, 형설출판사.
- 김홍열(1999) “실업계 고교생의 소비자행동에 관한 연구-대전광역시를 중심 으로”, 석사학위논문, 서원대학교 교육대학원.
- 권미화(2000), “청소년소비자의 소비가치와 소비행동의 합리성”, 박사학위 논문, 서울대학교 대학원.
- 계선자(1997), “아동기 소비자의 환경보존의식 및 행동에 관한 연구”, 「대한 가정학회지」, 114(4).
- 민현선(1998), “환경친화적 소비행동에 대한 태도와 소비행동”, 박사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 박재호(1994), 「소비자행동연구」, 탐구당.
- 서성한(1986), 「소비자행동론」, 박영사
- 손상희(1997), “소비사회와 청소년 소비문화”, 「한국가정관리학회지」 제15권 4호.
- 송성구(1987), “고등학생의 소비자행동과 소비자교육에 관한 연구”, 석사학위논문, 동아대학교 교육대학원.

- 송순영(1998), "신세대 소비행태에 관한 연구", 한국소비자보호원.
- 신남경(1998), "중·고등학교의 소비자 교육에 관한 연구", 석사학위논문, 영남대학교 교육대학원.
- 안승철·신남경(1999), "중·고등학교의 소비자교육 실태에 관한 조사분석 - 청소년의 소비자 의식을 중심으로-", 「영남대학교 자원문제 연구 논문집」.
- 양경순(1993), "청소년의 금전관리의식과 소비행동의 관계연구-제천시 중·고생을 중심으로-", 석사학위논문. 성신여자대학교 교육대학원.
- 연강희(1996), "청소년의 소비행동에 관한 연구-청주지역 고등학생을 중심으로-", 석사학위 논문, 청주대학교 경영대학원.
- 유동근외 (1999), 「소비자행동-원리와 시사점」, 지샘.
- 이기영(____), "소비자 보호의 이론과 실제", 「대한가정학회지」, 19권.
- 이기춘(1999), 「소비자교육학」, 교문사.
- 이기춘(2000), 「소비자교육의 이론과 실제」, 교문사.
- 장홍섭, 안승철(1994), "청소년의 소비자 주의 의식", 경북대학교 경제경영연구소 경상논집」 제22권 권4호(12).
- 장홍섭·안승철(1998), 「소비자보호 및 이해를 위한 현대소비자론」, 삼영사.
- 정주임(1992), "청소년의 라이프스타일과 소비자 의식 및 행동에 관한 연구", 석사학위논문, 전남대학교 대학원.
- 조해도(1996), "중학교 교육 과정의 소비자 교육 내용과 소비자 의식 분석", 석사학위논문, 울산대학교 교육대학원.
- 차정은(2000), "청소년소비자의 환경친화적 소비의식 및 행동에 관한 연구", 석사학위논문, 숙명여자대학교 교육대학원.
- 최병용(2000), 「소비자행동론의 이해와 적용」, 박영사.
- 편세린(1997), "청소년의 소비지향적 태도와 과소비성향에 관한 연구", 석사학위논문, 서울대학교 대학원.

허경옥(2000), 「정보사회와 소비자」, 교문사.

홍은표(1992), 「현대소비자론」, 도서출판 석정.



A Study on Adolescent Consumers' Consumption Consciousness and Consumption

Behavior

-Focusing on junior high school students in Jeju city-

Kim, Hye- Ja

Major in Social Studies Education

Graduate School of Education, Cheju National University

Jeju Do, Korea

Supervised by Professor Park, Yong- Kyung

This study is designed to provide fundamental data for developing junior high school students' good sense of being consumer and right consumer behavior by identifying junior high school students' consumption consciousness and consumption behavior and by analyzing the influences related variables have.

To accomplish the purpose, it surveyed with 500 first, second, and third boy and girl students, who are enrolled in 5 junior high school students' at Jeju city. Of 500 questionnaires, 467 pieces are used for data analysis.

The collected data is treated with SPSS(Statistical Package for Social Science) Computer Program 10.0, with measurement of frequency, average, standard deviation, t-test, F-test and co-analysis.

The results of the study is summarized as follows:

First, the level of being consumers that junior high school students' are conscious of themselves reaches 2.66 out of 5 points, a little higher than the mean. For the standard of being consumers they are conscious of, it involves consciousness of conserving environment, consciousness of enjoying, fashion

sense, aesthetics sense, and consciousness of showing off in order. That is, a consciousness of conserving environment has the highest point(M=3.06), whereas a consciousness of showing off has the lowest(M=2.27). Also, the their behavior level as consumers is 2.99 of 5 points, higher than the mean and that of being consumers. For the mean of items by low dimensions, disposal behavior has the highest(M=3.02) while use behavior has the lowest(M=2.97). Based on the above stated, it implies that junior high school students' have poor sense as consumers, and their behavior as consumers is found to be low in general, although it being higher than consumer sense.

Second, junior high school students' consciousness of enjoying as consumers shows significant difference by sex and grades. That is, girl students have lower enjoying sense than boy students. And it indicates the higher their grades, the more consciousness of enjoying they have. A consciousness of showing off has significant difference by grades. That is, the higher the grades, the more consciousness of showing off they have. Aesthetics sense gives significant difference by sex and allowance. Contrary to the expectations, boy students have aesthetics sense lower than girl students do. Also aesthetics sense shows significant difference by allowance. Fashion sense has significant difference by allowance, while a consciousness of conserving environment shows significant difference by fathers' scholar attainments. This means students tend to consciousness of environment conservation highly if their fathers have higher schooling.

Third, junior high school students' buying behavior has significant difference by sex, fathers' schooling and mothers' scholarly attainment. It is found that girl students plan for buying with reference to collecting information before they buy something. Boy students are found to use discount stores as well as to buy the goods during discount sales period more than girl students do. Use behavior shows significant difference by sex and allowance. That is, boy students are found to be more careful and neat users than girl students do. Disposal behavior has significant difference by sex.

Fourth, there is correlation between junior high school students' consumption consciousness and behavior. Also, there is the highest static correlation between consciousness of showing off and aesthetics sense, while there highest improper

correlation between aesthetics sense and consciousness of conserving environment.

Based on the above results, we can suggest as follows:

First, the reason that junior high school students' have the low level of consumption consciousness results from their partial learning of being consumer.

So it need to

develop the subject contents and teaching-learning method in it.

Second, the consumer study in junior high school students' has to perform at any time across the entire subject, not limited to a specific subject. Individual's economic life spans in his/her lifetime so that consumer education is more critical than any other education in various fields.

Third, junior high school students' of socialization stages can establish sound culture to consume, further having desired influence on individuals' daily lives as consumers in the future, when teaching in consumption consciousness is done with the trinity of schools, homes and societies. So, the importance of teaching in living as consumers cannot be ignored.



*A Master's thesis in Education subjected to the Committee of Graduates School of Education, Cheju National University in 2002.

중학생들의 소비자의식과 행동에 관한 연구

안녕하십니까 ?

귀중한 시간을 내주셔서 대단히 감사합니다.

본 질문지는 중학생들의 소비자로서의 의식과 행동을 조사하여 교육적인 자료로 활용하기 위한 것입니다. 본 질문지의 응답 및 분석결과는 순수하게 학문적인 목적으로만 사용되며, 그 이외의 목적으로 사용되지 않을 것을 약속드립니다. 여러분의 솔직하고도 성의 있는 응답은 좋은 결과를 얻기 위한 귀중한 자료로서 이용되므로 다시 한번 성의 있는 응답을 부탁드립니다.

여러분의 협조에 진심으로 감사드립니다 바입니다.

****부탁의 말씀****

1. 다음의 각 질문에 정답이 있는 것은 아닙니다. 사회적으로 바람직하다고 생각하는 것으로 대답하지 마시고, 귀하의 실제 생각이나 실천을 사실 그대로 기록해 주시고 분명치 않은 경우에는 <잘 모르겠다>에 v표를 해주십시오.

2. 모든 문항을 빠짐없이 하나의 란에만 v표를 해주십시오.

2002년 2월 일
濟州大學校 教育大學院
社會教育 專攻 4學期
金 惠 子

1. 다음은 조사대상자의 일반적 사항입니다. 해당란에 (v)표시하여 주십시오.

1. 성별은?

- ① 남() ② 여()

2. 현재 학년은?

- ① 1학년() ② 2학년() ③ 3학년()

3. 학생이 한 달에 받는 평균 용돈은?

(용돈이란 학생 여러분이 개인적으로 자유롭게 쓸 수 있는 돈을 말하며, 교과서 대금, 학원비, 참고서 비, 교통비, 저축 등은 제외하고 학용품, 친구 교체비 등을 포함)

- ① 3만원 미만() ② 3-6만원 미만()
 ③ 6-9만원 미만() ④ 9-12만원 미만 ()
 ⑤ 12만원-15만원 미만() ⑥ 15만원 이상 ()

※ 부모님의 학력은?



학력 관계	①초졸	②중졸	③고졸	④전문대 졸	⑤대졸	⑥대학원 이상	⑦기 타
4.아버지	()	()	()	()	()	()	()
5.어머니	()	()	()	()	()	()	()

※기타 : 무학, 독학

Ⅱ. 다음은 소비자 의식에 관한 문항들입니다. 실제 생활과는 무관하게 자신의 생각과 가장 일치하는 것에 표시(v)하여 주세요.

NO	문 항	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	잘 모 르 겠 다	그렇 다	매우 그렇 다
1	좋아하는 스포츠나 레저 활동을 하기 위해서 많은 비용이 들어가지 않는 것이 좋다.					
2	생활을 즐기기 위해서 낭비를 하지 않는 것이 좋다.					
3	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유명상품을 구입하지 않는 것이 좋다.					
4	브랜드가 밖으로 드러나는 옷을 입지 않는 것이 좋다.					
5	가격이 비싸면 디자인이나 제품이 예뻐도 구입하지 않는 것이 좋다.					
6	디자인이나 색상이 예쁜 제품보다는 품질이 우수한 제품을 구입하는 것이 좋다.					
7	신발, 옷, 학용품 등을 구입할 때 유행을 고려하여 구입하지 않는 것이 좋다.					
18	유행이 지난 물건은 사용하는 것이 좋다.					
9	무스나 스프레이 등 프레온 가스가 들어 있는 제품을 사용하지 않는 것이 좋다.					
10	샴푸나 린스 대신 비누로 머리를 감는 것이 좋다.					

Ⅲ. 다음은 소비자행동에 관한 문항들입니다. 실제 자신의 생활과 가장 일치하는 것에 표시(v)하여 주세요.

	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	잘모르 겠다	그렇다	매우 그렇다
	구입하기 전에 구매계획을 세운다.					
2	구입하기 전에 구매계획에 따라 구입하려는 물건에 대해 여러 가지 정보를 수집한다.					
3	구매할 때 미리 수집한 정보를 참고한다.					
4	할인판매를 할 때까지 기다렸다가 할인기간에 구입한다.					
5	구입한 물건이 불량품이거나 결함이 있는 경우 수리나 교환을 적극 요구한다.					
6	여러 상점을 다녀보고 상표의 종류, 가격, 품질을 비교해 본 다음 구매한다.					
7	할인점에서 구입한다.					
8	사용할 수 없을 때까지 끝까지 사용한다					
9	제품을 함부로 다루지 않고 조심스럽게 다루며 깨끗하게 사용한다.					
10	사용하다가 문제가 생겨 사용할 수 없게 되면 고쳐서 사용할 수 있는 경우 고쳐서 사용한다.					
11	사용하지 않는 경우 같은 종류의 다른 제품이나 다른 종류의 물건과 바꾼다.					
12	당장 사용하지 않더라도 나중에 이용할 가능성이 있으면 버리지 않고 보관해 둔다.					
13	사용하지 않는 경우, 필요한 사람에게 공짜로 준다.					

※ 설문에 응해 주셔서 감사합니다