

碩士學位論文

青少年的消費者役割遂行과
消費者問題認識에 관한 研究

- 濟州道 中學生을 中心으로 -

指導教授 朴 龍 垆



濟州大學校 教育大學院

社會教育專攻

黃 鎮 姬

2003 年 8 月

青少年的消費者 役割遂行과
消費者 問題 認識에 관한 研究
- 濟州道 中學生을 中心으로 -

指導教授 朴 龍 垻

이 論文을 教育學 碩士學位 論文으로 提出함.

2003 年 8 月 日

濟州大學校 教育大學院 社會教育專攻



提出者 黃 鎮 姬

黃鎮姬의 教育學 碩士學位 論文을 認准함

2003 年 8 月 日

審查委員長	印
審 查 委 員	印
審 查 委 員	印

[국문초록]

청소년의 소비자 역할 수행과 소비자 문제 인식에 관한 연구

- 제주도 중학생을 중심으로 -

황진희

제주대학교 교육대학원 사회교육 전공

지도교수 박용경

본 연구는 제주도 중학생이 겪는 소비자문제를 유형별로 분석하고 다양한 변수들을 고려한 소비자문제의 영역이 무엇인가를 알아보고 이에 따른 소비자 역할수행과 소비자문제 인식에 관해 분류 해석해 봄으로써 현명한 소비자로서의 자질과 역할을 올바르게 수행하고 청소년 소비자를 보호하기 위한 학교 소비자 교육 프로그램의 자료로 삼고자 하는데 그 목적이 있다.

이를 위해 제주도 내 중학교에 재학하고 있는 1, 2, 3학년 남, 여학생 590명을 대상으로 2개 영역 33문항으로 된 질문지로 조사를 실시하였다.

수집된 자료는 SPSS 10.0 for Windows를 이용하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차, F-test, t-test, Duncan's Multiple Range Test, Pearson의 적률 상관 관계 분석, 위계적 회귀분석을 이용하였다.

첫째, 제주도 중학생의 지각하는 소비자 역할수행 수준은 5점 만점에 M=3.05로 중위점을 상회하고 있으며, 역할수행 5개 영역 중 용돈관리수준(M=2.17)영역이 낮은 반면 구매 후 불만 처리(M=3.67)영역이 역할수행 정도가 높은 것으로 나타났다. 또한 독립 변인별 소비자 역할수행 수준은 학교소재지(p<.01), 용돈 받는 방법(p<.01), 용돈 사용 후 기록 여부(p<.001)에 따라 유의한 차이를 보였다.

둘째, 제주도 중학생의 지각하는 소비자문제인식 정도는 5점 만점에M=3.10으로 역할수행 수준보다 다소 높은 편이고, 소비자문제 인식정도 6개 문항 중 거래와 관련된 문제(M=2.74)영역이 낮은 반면 품질 영역(M=3.60)이 다소 높은 것으로 나타났다. 또한 독립 변인별 소비자문제 인식정도는 학교소재지(p<.01), 성별(p<.05), 학년(p<.01), 보호자 직업(p<.05)에 따라 유의한 차이를 보였다.

셋째, 제주도 중학생의 소비자 역할수행과 소비자문제 인식의 관련성에서는 負적 상관관계(r=-.135, p<.01)를 보여 소비자 역할수행 수준이 높을수록 소비자문제 인식의 정도가 낮

은 것으로 나타났다.

넷째, 제주도 중학생의 소비자문제 인식에 미치는 제 변수의 영향력은 일반적인 사항의 설명력이 10.7%이고, 소비자 역할 수행이 30.1%로 일반적인 사항보다 소비자 역할수행이 영향력 있는 것으로 나타났다. 그중 변인별로는 비교구매($\beta = -.228, P < .001$)수준이 낮을수록 정보활용과 구매 후 확인 불만처리가 이루어지지 않을수록 구매계획이 잘 되지 않을 수록 소비자문제 인식 수준이 높아지는 경향이 강해지는 것으로 나타났다.

이상에서 살펴 본 바와 같이 제주도 중학생의 소비자 역할수행과 소비자 문제 인식과의 관련성, 소비자문제 인식에 미치는 요인 등의 결과를 토대로 보았을 때 올바른 소비자 역할수행은 매우 중요한 것임을 강조할 필요가 있다. 따라서 소비자 역할수행 수준의 향상은 청소년들이 소비자권리 행사는 물론 소비자문제 경험에 직면하는 경우 해결 능력을 향상시킬 수 있다. 특히 중학생 시기에 이루어지는 소비자로서의 역할과 소비생활에 대한 바람직한 가치의식을 분명히 인식시키고 소비자지식을 학습하게 하여 실제 생활에서 경험하게 되는 소비자문제를 근본적으로 해결하는 현명한 소비주체가 되도록 하는 교육이 이루어져야 할 것이다.



목 차

I. 서 론	1
II. 이론적 배경	4
1. 소비자 역할	4
2. 소비자문제	6
III. 연구 방법	15
1. 조사도구	15
2. 표집	17
3. 자료처리	17
4. 조사대상자의 일반적 사항	18
IV. 연구결과와 해석	21
1. 제주도 중학생의 소비자 역할수행 수준	21
2. 제주도 중학생의 소비자 문제인식 정도	30
3. 제주도 중학생의 소비자 역할수행과 소비자문제 인식의 관련성	38
4. 제주도 중학생의 소비자문제 인식에 미치는 제 변수의 영향	40
V. 결론	42
참고문헌	47
영문초록	49
부록	53

표 목 차

표 1. 질문지 구성	16
표 2. 신뢰도 분석 결과	17
표 3. 조사대상자의 일반적 사항	19
표 4. 조사대상자의 소비자 역할에 관한 영역별 문항과 역할 수행	22
표 5. 독립변인별 소비자 역할수행 수준의 차이 검증	27
표 6. 독립변인별 소비자 역할수행 수준	28
표 7. 소비자문제에 관한 영역별 문항과 인식 정도	31
표 8. 독립변인별 소비자문제 인식 정도의 차이 검증	35
표 9. 독립변인별 소비자문제 인식 정도	36
표 10. 소비자 역할수행과 소비자문제 인식 정도와의 상관 관계	38
표 11. 소비자의 문제 인식수준에 대한 독립변인들의 회귀적 분석	40

I. 서 론

현대 산업 사회에 들어서면서 재화와 서비스가 대량생산·대량판매 되고 있어 소비 생활면에서는 윤택함은 가져왔으나 기술혁신에 따라 다양해진 새로운 상품과 서비스의 등장 및 기업이 고도 판매 촉진 전략은 소비자들이 주도적인 소비자 역할 수행을 매우 어렵게 하고 있다. 대부분의 소비자들은 시장 정보면에서 각 기업이 제공하는 정보에 주로 의존하여 자주적이고 합리적인 판단이 불완전한 상황이므로 충분한 지식을 갖추는 것이 무엇보다도 중요하다. 즉, 소비자는 재화나 서비스의 구입과 사용을 능숙하게 할 수 있어야 할 뿐 만 아니라 사회적 책임을 위해 노력하는 소비자로서의 역할 수행은 물론 소비자 주권을 행사하지 않으면 안되게 되었다.

이러한 가운데 소비자 문제가 사회문제로 대두되기 시작한 것은 산업혁명 이후 대량생산 체제가 확립된 때부터이고, 자본주의 경제가 고도화됨에 따라 생산은 넘치고 소비가 그에 따르지 못하여 생산자 상호간의 경쟁을 유발시켰다. 따라서 상품의 질적 저하, 기만적 상행위에 대한 비난의 소리가 나타나기 시작하면서 소비자 문제에 대한 관심을 갖게 되었다.

소비자 문제를 소비자가 소비생활을 영위하는 과정에서 소비자 권리 침해로 인해 발생하는 소비자의 불이익 또는 피해라 할 때, 오늘날의 소비자는 품질불량, 부당 가격, 허위 및 오도광고, 부정계량, 불친절, 부당 거래, 교환이나 수선 문제 등 많은 소비자 문제를 인식하는 한편 경험하고 있다.

이러한 소비자 문제를 해결 위해 1960년대 본격적인 소비자 운동으로 발전하였으며, 1970년대 후반부터는 소비자 교육 및 계몽, 소비자 의견의 건의 등 소비자 이익을 위한 여러 가지 활동이 이루어지고 있다.

우리 나라에서도 1980년대에 소비자 보호법을 제정하였고, 한국소비자보

호원을 설립하는 등 소비자 보호에 박차를 가하여 왔다.

근래에 와서 소비자문제가 많이 거론되고 있으며, 소비자문제를 효율적으로 해결하려는 시도가 다방면에서 이루어지고 있다.

오늘날 청소년들의 경우는 허용적인 양육 태도에 의해 소비행동이 또래 집단의 영향을 강하게 받고 있는 동시에 구매와 소비 행동을 본인 스스로 담당하는 비율이 아동기에 비해 높아지면서 소비생활에 대한 지식이나 경험이 부족하고, 유행에 민감하여 충동적인 구매 혹은 과시를 위한 구매를 함으로써 소비자문제에 노출될 가능성이 높아졌다.

특히 청소년 소비자들의 소비생활 현실은 올바른 소비문화의 부재, 과잉 소비 문제, 유행 및 과시구매의 문제, 광고와 대중매체의 영향으로 물질주의적 소비 성향을 조장하고 있고, 그로 인해 소비생활에 심각성을 더해가고 있어 미래사회의 주인공인 청소년 소비자들이 겪는 소비자문제는 사회적, 교육적 문제로 매우 중요한 부분을 차지하게 되었다.

이에 청소년 소비자들이 겪는 소비자문제를 유형별로 분석하고, 사회·인구학적 변수 이외에 다양한 설명변수를 고려하여 소비자 역할수행과 소비자문제 인식에 관해 분류, 해석해 보는 연구가 필요하다고 본다.

본 연구의 목적은 청소년 소비자들이 소비자로서 역할을 수행하는 과정에서 가장 많이 경험하고 있는 품질문제, 광고 및 정보문제, 판매원의 태도, 거래와 관련된 문제, 불만의 처리 및 해결 등을 중심으로 소비자문제의 인식 정도와 이에 영향을 미치는 변수들을 조사 분석하여 현명한 소비자로서의 자질과 역할을 올바로 수행하고 청소년 소비자를 보호하기 위한 학교 소비자 교육 프로그램의 자료로 삼고자 하는데 있다.

이를 위해 첫째, 제주도 중학생의 소비자 역할수행과 독립변인별 소비자 역할수행수준을 분석해 본다.

둘째, 제주도 중학생의 소비자문제 인식정도와 독립변인별 소비자문제를

분석해 본다.

셋째, 제주도 중학생의 역할수행과 소비자문제 인식은 어떤 관련이 있는가 분석해 본다.

넷째, 제주도 중학생의 소비자문제 인식에 미치는 제 변수의 영향력은 어떠한가 분석해 본다.



II. 이론적 배경

1. 소비자 역할

소비에 관한 청소년들의 행동은 부모로부터 학습을 통해 향상된다고 하고 있어 소비 생활에 대한 가치관이 형성되어 가는 중인 청소년 자녀에게 부모를 중심으로 한 가정의 영향은 무엇보다 중요한 환경이라고 할 수 있으며, 관찰, 모방, 강화, 사회적 상호작용이 자연스럽게 이루어지므로, 무엇보다 올바르게 바람직한 소비자 역할이 이루어져야한다.

역할이란 특정한 사회 내에서 개인이 차지하는 지위에 따라 사회적으로 규정되어지는 행동유형을 말하는 것으로 소비자가 자신에게 기대되는 실제의 행동을 말한다.¹⁾

종래에는 소비를 최종 소비로만 정의하였기 때문에, 소비자 역할로서 소비행동 이상은 보이지 않았으며 따라서 소비자 역할의 기타 측면들은 거의 간과되어 왔다.²⁾ 즉 마케팅 측면에서는 소비자 행동을 경제적 재화와 서비스를 획득하고 사용하는데 직접 관련된 개인의 행동 및 이에 선행하는 의사결정으로 정의함으로써, 주로 구매행동에 중점을 두어왔고, 가정학에서도 소비자 행동을 구매행동과 금전관리 행동을 중심으로 이해하여 왔다.

그러나 가정학, 교육학 등의 분야에서 소비자 교육 프로그램을 구성하거나, 소비자 사회화에 대한 연구를 진행시킴으로써, 소비자 역할에 대해 포괄적인 시각을 갖게 되었다.

또한 소비자 역할이란 소비 구매 행동을 향상시키는 것과 관련된 기능뿐

1) 김지희(1990), "어머니의 소비자 사회화 수준이 자녀의 소비자 기능에 미치는 영향에 관한 연구", 석사학위논문 서울대학교 대학원, pp.64~66.

2) 박운아(1988), "소비자 태도와 소비자 역할 수행에 관한 연구", 석사학위 논문, 서울대학교 대학원. p.4.

만 아니라, 사회 성원 최대다수의 만족을 위해서 자원을 효율적으로 사용하는 것과 같은 사회적으로 바람직한 행동을 포함한다는 포괄적인 정의로 받아 들였으며,³⁾ 단순히 소비에 관련된 제한된 범위에서의 역할이 아니고 자원의 획득자, 자원의 배분자, 구매자, 사용자로서의 사회와 상호 작용하는 역할을 종합한 개념으로도 정의하였다.

따라서 경제생활이 가장 큰 비중을 차지하고 있는 현대사회에서의 소비자 역할은 소비자 개인의 욕구를 충족시키고 만족을 증대시키는 문제와 관련이 있을 뿐만 아니라 국민경제에 영향을 미치고 사회의 복지증진에도 기여하기 때문에 바람직한 소비자 역할 수행이 매우 중요하게 되었다.

소비자 역할 수행 영역 중에서 청소년들이 현명한 소비자가 되기 위해 필요한 금전관리 영역과 구매행동 영역의 역할 수행을 위한 내용들로 구성된 것이다.

따라서 청소년의 금전관리와 구매 행동은 직접 자기 의사에 의하여 소비생활을 체험하는 중요한 생활영역이라 할 수 있다.

금전관리와 구매행동에 대한 선행연구는 연구자마다 조금씩 다른데 청소년이 용돈의 액수가 클수록 비계획적인 지출경향을 보인다고 하였고⁴⁾, 용돈의 액수가 적을수록 전체적인 소비역할이 높게 나타난다고 밝혔다.⁵⁾

가정에서 한달 용돈을 많이 받는 학생일수록 소비자 의식이 높게 나타났으며 용돈이 많을수록 소비자 구매활동 점수가 높게 나타난다고 하였다.⁶⁾

한편 소비자 시민 의식의 소비자 역할은 책임을 인식하고 이행하는 것과

3) 김진아(1996), “청소년의 소비자 사회화 과정 및 소비자 역할 수행에 관한 연구”, 석사학위 논문, 숙명여자대학교 대학원, p.15.

4) 정성임(1992), “청소년의 라이프 스타일과 소비자 의식 및 행동에 관한 연구”, 석사학위 논문, 전남대학교 대학원, p.34.

5) 김은수(1991), “서울 시내 여학생의 소비자 기능에 관한 연구”, 석사학위 논문 연세대학교 대학원, p.41.

6) 장영실(1987), “우리 나라 청소년 소비자 교육에 관한 연구”, 석사학위 논문, 이화여자대학교 대학원, p.57.

관련된 것으로 좋은 구매자만으로 충분하지 않으며 한 시민으로서 역할을 수행할 것을 요구하고 있다. 따라서 소비자는 상품과 서비스를 소비하고 사용하는 것뿐만 아니라, 그들이 소비하고 난 후 결과에 대하여서도 고려할 것이다.

소비자는 시민의식을 가지고 소비자로서의 역할과 책임을 이행하고 소비자 복지향상에도 관심을 가져야 함은 물론 현재의 환경에 놓여 있는 여러 가지 문제들을 수습할 수 있는 능력을 향상시키고 변화에 영향을 주는 시민으로서의 참여를 강화시키기 위해서는 소비자 교육을 시켜야 하며, 소비자 의사결정에 영향을 주는 다양한 환경에서 소비자 역할을 고려해야 할 것이다.

2. 소비자문제



1) 개념

소비자문제(consumer problems)는 그 범위가 너무 광범위하기 때문에 정의 내리기 힘든 개념으로 지적되고 있으나, 몇몇 학자들의 개념 정의를 보면 상품·서비스의 구입 및 소비와 관련된 문제로 한정하는 경우와 소비생활과 관련된 광범위한 문제로 파악하려는 두 가지 견해가 있다.

이 분야를 연구한 여러 학자들의 견해를 살펴봄으로써 소비자 문제에 대한 개념 규정이 가능할 것으로 생각된다.

藁村忠雄⁷⁾은 소비자의 개인적 소비자문제에 대한 정의를 실제 상거래에서 사업자에 의하여 침해되는 문제라 하여 주로 생산자와 소비자의 거래행위에서 벌어지는 문제로 정의하였다.

7) 藁村忠雄(1982), 「消費者 問題 概說」, 法律 文化社. p.17.

長澤哲夫⁸⁾는 소비자문제를 최종 소비자가 구입한 상품 및 거래를 둘러싸고 생기는 불이익의 문제로 정의하고 있다.

小谷, 保田⁹⁾은 소비자문제를 광범위한 생활 문제로 보고 다음과 같은 세 가지 영역으로 구분하여 정의하고 있다.

첫째, 개인 소비자가 일상 생활에서 상품을 구입하고 사용하는 과정에서 발생하는 문제들을 그 영역으로 삼는 경우이다.

둘째, 사회적 공동 소비의 영역으로 주택, 교육, 문화, 의료, 통신, 교통 등 사회적 공공시설을 이용하는 과정에서 발생하는 문제들을 그 영역으로 삼는 경우이다.

셋째, 자연 소비자로서 생존을 보호하고 지탱하기 위해 불가결하게 대기, 하천 등의 자연적 생활환경을 파괴하는데서 발생하는 문제들을 그 영역으로 삼는 경우이다.

H. R. Jensen¹⁰⁾은 소비자가 구매 전, 구매 시, 구매 후 과정에서의 만족에 대한 장애물이라고 인지된 것을 소비자문제라고 정의하고 있다. D. Caplovits¹¹⁾는 소비자 문제란 판매업자가 그들의 의무를 다하지 않거나 소비자가 스스로 의무를 다하지 않을 때 발생하는 것으로 전자는 고압적인 판매, 부당가격, 기만, 신용거래에서의 가격의 오기, 후자는 소비자가 신용거래로 구매한 후 지불을 하지 않음으로써 생기는 법적 어려움이나 위협 등을 뜻한다고 했다. S. L. Diamond¹²⁾는 소비자문제를 가치에 따른 불일

8) 長澤哲夫(1975), 「消費者 行政」, 家政教育社. p.176.

9) 小谷, 保田(1980), 「消費者 政策-消費者 保護, 消費者 課題」, 家政教育社, p.56 ; 문성애(1991), “청소년 소비자 문제의 경험 및 관련변수”, 석사학위 논문, 충남대학교 교육대학원, p.10에서 재인용.

10) H. R. Jensen, "The Relevance of Alternative Paradigms as Guideline for Consumer Policy and Organized Consumer Action", *Journal of Consumer Policy*, (September,1986), p.389.

11) D. Caplovits, "The poor pay more", (N.Y: The Free Press. 1967), p.139.

12) Diamond. S. L.(1976), "Consumer problem and Consumerism : Analysis of calls

치를 피하기 위해서 소비자에 의해 문제로 인식되는 것만으로 한정하고 있다.

이상에서 보는 바와 같이 소비자문제란 첫째, 소비자가 재화와 서비스를 구입하는 과정에서 혹은 그것을 사용, 보관하는 과정에서 그 구매와 관련하여 경제적, 정신적, 신체적, 시간적 불이익을 받았다고 느낀 문제라 볼 수 있다.

둘째, 소비자가 다양한 소비욕구를 충족시키기 위하여 자원을 배분하고 필요한 재화와 용역을 시장에서 구입·사용하는 과정에서 발생하는 문제로 자원의 희소성에서 비롯되는 소비자 불만족과 관련된 구매문제를 포함하는 개념으로 볼 수도 있다.

셋째, 소비자가 재화나 서비스를 구입·소비하는 과정에서 발현된 또는 발현 가능성이 있는 잠재적 피해를 포함하는 개념으로 파악하고 있어 소비자가 생활인으로서 소비생활을 하는데 파생되는 제 문제 중에서 실제 상품과 서비스를 구입 사용하는 과정에서 그들의 권리가 침해되었기 때문에 생기는 불이익 내지는 피해로 볼 수 있다.

이처럼 소비자문제를 구입·소비에 관한 피해만이 아니라 폭넓은 시각으로 다루려는 견해도 있지만 본 연구에서는 선행 연구를 바탕으로 소비자문제를 소비자가 소비생활을 위해 개인적으로 재화나 서비스를 구입, 사용하는 과정에서 일어나는 소비자의 권리 침해에 대한 불이익 내지는 피해로 정의 내려 사용하고자 한다.

2) 배경

소비자문제가 사회적 문제로 등장하기 위해서는 두 가지의 전제가 필요하다.

to a Consumer hot line", *Journal of Marketing*, (January, 1976), p.58.

첫째는 소비자의 피해가 있어야 하고, 둘째는 소비자 피해를 구제 받기 위한 소비자 자신의 자각이 있어야 한다. 이러한 전제가 없다면 소비자문제는 개인적 좌절에서 끝나 버릴 것이다.

소비자문제는 18세기 산업혁명 이후 대량생산 체제가 확립되고, 생산과 소비가 분리된 교환경제 체제하에서 가게와 기업 사이에 시장이 게재되게 되면서 존재하였을 것이다. 다만 그것이 소비자 문제로 인식되지 않았을 뿐이다.¹³⁾

경제가 고도화되면서 소비자문제는 사회 문제로 나타나게 되었으며, 극심한 경쟁상태에서 기업은 파행적이고 기만적인 상거래 행위에 몰두하게 되고, 이는 결국 소비자에 대한 피해로 귀결되고 있다.

대량생산, 대량판매의 시대에서는 기업들은 불특정 다수의 소비자를 대상으로 제품의 제조 및 판매활동을 하기 때문에 구체적이고 개별적인 소비자에 대한 관심은 갖지 못했다. 아울러 소비자도 제품의 생산이나 유통과정에 대하여 제대로 알지 못한 상태에서 제품을 구입하게 되며, 기업의 일방적인 마케팅 활동에 종속될 수밖에 없게 된다.

경제기획원의 2000년도 경제활동 인구 조사¹⁴⁾에 따르면 오늘날의 소비자문제는 강자인 생산자와 약자인 소비자간의 불균형적인 관계로 인한 제품구매상의 피해정도에만 그치지 않는다고 볼 수 있다. 그 배경 요인을 생산자 측면의 경제적인 변화, 소비자 측의 소득향상과 가치관의 변화에 따른 생활변화, 그리고 사회구조의 변화로 각각 나누고 있다.

첫째, 경제적인 변화에서는 인플레이션과 물가 상승에서 찾아 볼 수 있다. 물가 상승률이 소득 증가를 앞지르게 되어 이것을 소비자 물가에 전가시키는 소비자문제를 생성하였다고 볼 수 있다.

13) 문성애, 전계논문, pp.10~11.

14) 경제기획원 홈페이지(<http://kosis.nso.go.kr>)표준통계수치 조회 참고.

둘째, 소득향상과 가치관의 변화에서는 노동시간의 단축화와 휴일의 증가로 여가시대를 맞이하게 되었고, 이에 따라 소비생활에 중요한 영향을 미치게 되었다. 이러한 생활 구조의 변화는 생활의식을 변화시켜 소비가 미덕이라는 유행어를 낳게 하였으며, 대량소비를 촉진하게 되었다.

셋째, 사회구조의 변화에서는 산업구조의 변화로 1차 산업의 비율이 격감하고 2, 3차 산업의 현저히 증가하고 있어 소비재를 임금으로 구입하는 순수한 소비자의 증가는 대량소비를 가능케 하였다. 한편 인구의 도시집중과 핵가족화라는 가족형태의 변화는 자유로운 소비 태도를 갖게 하여 소비재의 구입량을 대폭 증가시키고 있다.

또한 한국 소비자 연맹의 2002년 고발 통계 및 경향¹⁵⁾에 따르면 소비자 문제의 경험 정도를 알아보기 위하여 최근 한국 소비자 연맹에 접수된 소비자 불만 및 상담 건수는 1999년 93,904건, 2000년 103,211건, 2001년 109,418건, 2002년 122,590건으로 해마다 증가하고 있음을 알 수 있다.

이는 우리나라의 소비자 문제가 점점 심각해지고 있음을 보여주고 있는 것이다. 그러나 소비자 고발 단체에 접수된 내용이 소비자 문제의 경험도를 그대로 반영한다고는 할 수 없으나 대강의 파악은 가능하다고 본다.

일반적으로 1990년대 전반에는 가전제품, 출판물, 주택, 건축, 주방용품, 식품에 관한 문제들이었으나, 1990년대 후반 및 2000년대에는 이동전화, 운수, 통신, 신용카드, 보험, 금융관련으로 그 형태가 다양해지고 있음도 알 수 있다.

3) 유형

소비자 문제 유형을 관련 연구를 중심으로 고찰한 결과와 청소년이라는

15) 한국소비자연맹 홈페이지(<http://www.consumersunion.or.kr>), 2002년 고발 통계 및 경향 참고.

특수한 성격을 고려해 볼 때 청소년들의 소비자문제는 6개 유형(광고 및 정보, 품질, 가격, 거래와 관련된 문제, 판매원의 태도, 불만 해결)으로 분류해 볼 수 있다. 이들 유형에 대해서 자세히 살펴보면 다음과 같다.

(1) 광고 및 정보문제

광고는 본래 정보 전달의 기능으로 진실성, 정직성, 윤리성, 도덕성이 있어야 한다. 그러나 판매 촉진의 수단으로써 정보 제공의 한계와 윤리에 어긋나는 허위과대 광고가 만연되어 있어 이에 대한 문제점이 지적되고 있다.¹⁶⁾ 또한 소비자의 구매심리를 자극하고 충동하여 소비를 조장한다는 비판도 있다. 특히 오늘날의 광고는 허위·과장과 같은 기만 광고가 주변에 팽배해 있고, 선정적 내지는 혐오감을 주고 있으며, 언어 선정에서도 문제점 등이 제기되고 있다.¹⁷⁾

신문·잡지·TV 등에서의 다량의 광고는 자원의 낭비일 뿐만 아니라, 광고 제품을 구입하지 못한 사람들에게 있어서는 욕구불만으로 인한 심리적 기아 상태를 초래하고 있다.¹⁸⁾ 특히 청소년 소비자들은 동료집단의 영향 및 광고 속의 특정 대상에 대한 선호로 인해 구매심리를 자극하게 되고 충동적인 소비를 조장하기도 한다.

그러므로 유용한 정보는 소비자의 알 권리로 상품이나 서비스의 비교, 시장에 관한 정보, 상품의 사용이나 보관, 사후 서비스나 피해가 생겼을 때 보상의 방법까지도 포함되어야 한다. 특히 정보원천의 선택은 비교적 정확하고 신뢰할 만한 중립적 원천¹⁹⁾의 이용이 바람직하나 이는 비용과 노력이

16) 김천희(1985), “광고와 소비자주의에 관한 연구”, 석사학위 논문, 서강대학교 대학원, p.26.

17) 김원수(1990), 「광고학 개론」, 경문사, p.76.

18) 문성애, 전개논문, pp.14~15.

19) 경제기획원 소비자 보호 시책에 관한 홍보, 소비자 품질 정보지, 소비자 고발 처리 사례 발표회, 소비자 단체 협의회 각종 캠페인 등.

있어야 하기 때문에 소비자 누구나 손쉽게 이용할 수 있는 정보가 되지 못하고 있다.

(2) 품질문제

“품질이란 상품 또는 서비스가 그 사용자의 요구를 만족시키는 정도 즉 사용 적합도 이다”라고 정의하고 있으며, 품질을 기능적 품질과 비 기능적 품질로 구분하여 그 다양성을 들고 있다. 또 상품이 갖추어야 할 품질로 안정성, 기능·성능, 내구성, 경제성을 들고 있다.²⁰⁾

현대사회에서는 고도의 과학 기술에 의한 제품이 많아 소비자가 상품지식만으로 품질을 판단하기 어려워 졌다. 그리고 사전 포장된 상품의 증가는 소비자가 적절하게 상품을 선택하는데 어려움을 겪게되는 원인이 되고 있다.

한국소비자보호원의 2000년 통계자료에 의하면 소비자의 요구는 무한한데 이익의 극대화를 추구하고자 하는 기업은 품질·가격간의 상호작용으로 인해 그 관계가 복잡하여 품질 문제는 끊임없이 발생할 위험성을 안고 있다고 기술하고 있다.²¹⁾

(3) 가격문제

가격문제는 절대가격 수준과 품질가격 수준으로 나누어 볼 수 있는데, 절대가격 수준의 문제는 상품과 서비스에 대하여 소비자들의 정확한 가격 인식의 부족으로 동일한 상품을 같은 시점에 서로 다른 가격으로 구입하는 경우, 이는 가격변이가 존재함으로 이득과 손실이 공존하고 있음을 말한다.

품질가격 수준의 문제에서는 품질에 비해 부당하게 높은 가격이 소비자

20) 문성애, 전계논문, pp.17~18

21) 한국소비자보호원 홈페이지(<http://www.cpb.or.kr>), 안전정보 참고.

의 피해를 증가시키고 있다.²²⁾ 따라서 불완전한 정보를 가지고 제품이나 서비스를 구매하는 경우 가격이 비싸면 품질이 더 좋을 것으로 연상하여 가격을 품질의 지표로 생각하는 사람이 많아, 가격이 품질의 척도가 될 수 없음에도 부당하게 높은 가격으로 인하여 소비자가 피해에 직면할 가능성이 있음을 시사하고 있다.²³⁾

(4) 거래와 관련된 문제

사업자와 소비자 사이에 적정한 거래는 최대한으로 보장함으로써 소비자를 경제적 불이익으로부터 보호하게 된다.

법은 국가로 하여금 약관에 의한 거래, 방문판매, 할부구매 등 특수한 형태의 거래에 대하여는 법률의 제정 등 소비자 보호를 위한 필요한 조치를 강구하도록 하고 있다.²⁴⁾ 약관에 의한 거래에 대해서는 신의·성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 약관 조항은 무효로 하고 나아가서 무효인 약관 조항에 의하여 거래하는 사업자에게 시정을 권고하고 있다.²⁵⁾

(5) 판매원의 태도

소비자는 선택할 권리와 동시에 선택하지 않을 권리도 가진다. 이는 소비자가 선택을 강요당하는 일이 없어야 함을 의미하고 있다. 청소년기의 소비는 독립된 소비자로서 인식하기보다는 전체소비의 일부분 즉, 가계소비의 의존자로 취급하기 쉽다. 따라서 청소년 소비자들은 나이가 어리고 소비자 능력이나 구매 경험이 적은 약자의 입장에 놓이게 되므로 판매원의 태도에 현혹되기 쉬워 불리한 소비 경험에 노출될 우려가 있다.

22) 김용희(1987), 「소비자 경제학」, 비봉출판사, pp. 23~24.

23) 한국소비자 보호원, 「소비자 시대」 1998년 1월호, pp. 27~28.

24) 소비자 보호법 제 10조 3항.

25) 약관의 규제에 관한 법률, 제 17조.

(6) 불만 해결

소비자의 권리 중에는 의사를 반영할 권리가 있는데 이는 소비자가 구매 후 자신의 요구와 욕구를 만족시켜 줄 것으로 생각했던 상품 및 서비스가 기대 수준에 미치지 못할 때 불만을 가져 이 불만을 여러 가지 방법으로 해결하려 한다. 그러나 판매자는 만족스럽게 교환·환불·보상·사후서비스를 해주지 않는 경우가 많다.²⁶⁾ 특히 청소년 소비자들은 구매 경험이 적고, 나이가 어려 교환 및 사후서비스의 질을 평가하거나 판매자와 타협하는 기술이 부족하기 때문에 교환 및 사후서비스 문제에 직면할 가능성이 높을 것으로 보인다.²⁷⁾



26) 한국소비자 보호원, 「소비자시대」 1991년 1월호. p.43.

27) 문성애(1991), 전개논문, p.17.

Ⅲ. 연구 방법

1. 조사도구

본 연구에 사용된 질문지는 선행연구를 참고로 하여 2002년 12월 13일 남제주군 S중학교에서 예비조사를 거치고 그 결과를 근거로 신뢰도를 검토 분석하여 부적절 하다고 생각되는 문항을 수정·보완하고 연구자가 연구의 목적에 맞게 만들었다.

설문 문항은 소비자의 역할 수행 수준을 알아보기 위한 17문항, 소비자 문제인식 정도를 알아보기 위한 16문항, 일반적 사항 7문항 총 40문항으로 구성하였다, 구체적인 것은 <표 1>과 같다.

소비자 역할수행 수준에 대한 측정 문항은 용돈관리, 구매 계획의 유무, 정보활용, 비교구매, 구매 후 확인 및 불만처리의 5개 영역 나누었고 각 문항의 평가 방법은 5점 Likert척도 방법에 따라 확실히 그렇다 5점, 그런 것 같다 4점, 잘 모르겠다 3점, 아닌 것 같다 2점, 전혀 아니다에 1점을 주었다. 전체 역할수행 수준 점수는 정보활용, 비교구매는 4점에서 20점, 용돈관리, 구매계획의 유무, 구매 후 확인 및 불만 처리는 3점에서 15까지로 점수가 높을수록 소비자 역할수행 수준이 높은 것으로 해석하였다.

또한 소비자문제 인식 정도에 대한 측정 문항은 정보, 품질, 가격, 거래와 관련된 문제, 판매원의 태도, 불만해결의 6개 영역으로 나누었고 각 문항의 평가 방법은 소비자의 역할 수행 수준에 대한 측정과 마찬가지로 5점 Likert척도 방법에 따라 실히 그렇다 5점, 그런 것 같다 4점, 잘 모르겠다 3점, 아닌 것 같다 2점, 전혀 아니다에 1점을 주었다. 전체 소비자 문제 인식 정도에 대한 점수는 정보, 품질, 가격은 3점에서 15점, 거래와 관련된

문제는 4점에서 20점, 판매원의 태도는 2점에서 10점, 불만해결은 1점에서 5점까지로 각 점수가 낮을수록 소비자문제 인식의 정도가 낮은 것으로 해석하였다.

제주도 중학생의 소비자 역할수행 수준과 소비자문제 인식 정도에 대한 신뢰도 검증 결과 소비자 역할수행 수준은 Cronbach's Alpha = .7319이고, 소비자문제 인식 정도는 Cronbach's Alpha = .8109로 나타났다.

<표 1> 설문지 구성

영역	내용	문항번호	문항수
소비자 역할수행	용돈관리	1, 2, 3	3
	구매계획의 유무	4, 5, 6	3
	정보활용	7, 8, 9, 10	4
	비교구매	11, 12, 13, 14	4
	구매 후 확인 및 불만 처리	15, 16, 17	3
소비자문제 인식 정도	정보	18, 19, 20	3
	품질	21, 22, 23	3
	가격	24, 25, 26	3
	거래와 관련된 문제	27,28,29, 30	4
	판매원의 태도	31, 32	2
	불만 해결	33	1
일반적 사항	거주지	34	7
	성별	35	
	학년	36	
	생활수준	37	
	보호자의 직업	38	
	용돈 받는 방법	39	
	용돈 사용 기록여부	40	

<표 2> 신뢰도 분석 결과

영역	문항수	Cronbach's Alpha
소비자 역할수행	17	.7319
소비자문제 인식 정도	16	.8109

2. 표집

본 연구는 제주도에 거주하는 남녀 중학생을 연구대상으로 선정하고 2002년 12월 23일부터 12월 31일까지 일주일 동안 제주시 소재 중학교, 서귀포시 소재 중학교, 남제주군 소재 중학교, 북제주군 소재 중학교에서 1, 2, 3학년 각 학년을 대상으로 무선 표집 하였다.

자료 수집은 연구자가 표집 대상학교의 선생님의 협조를 얻어 학생들로 하여금 기입하게 한 후 회수하는 방법을 이용하였다. 총 630부를 배부하여 619부가 회수되었다.(회수율 98.3%) 그 중에서 응답 내용을 신뢰할 수 없거나 부실 기재된 것 29부를 제외한 590부(95.3%)를 실제 분석 자료로 사용하였다.

3. 자료처리

모든 분석은 SPSS 10.0 for Windows를 이용하여 분석하였으며, 구체적인 분석 방법으로는, 첫째, 조사대상자의 일반적 사항을 알아보기 위해서

빈도와 백분율 산출하였다.

둘째, 제주도 중학생의 소비자 역할 수행수준과 소비자 문제 인식정도를 알아보기 위해서 평균(M)과 표준편차(SD)를 산출하였다.

셋째, 독립변인에 따른 소비자 역할 수행과 소비자 문제 인식은 일원변량분석을 적용시켜 F-test, t-test, 집단간의 유의차는 Duncan's Multiple Range Test로 추후 검증하여 인식차이를 알아보았다.

넷째, 제주도 중학생의 소비자 역할 수행과 소비자 문제 인식간의 상관관계를 알아보기 위하여 Pearson's 적률 상관 관계를 사용하여 그 관련성을 살펴보았다.

다섯째, 제주도 중학생의 소비자 역할 수준과 독립변인이 소비자 문제 인식에 미치는 독립적 영향을 알아보기 위해서 중회귀분석을 통한 위계적 회귀분석을 실시하여 최종적인 소비자 역할 수행과 독립변인이 소비자 문제 인식에 미치는 영향력을 살펴보았다.



4. 조사 대상자의 일반적 사항

조사대상자의 일반적인 사항은 <표 3>에서 제시한 바와 같다.

<표 3> 조사대상자의 일반적 사항

	변수	빈도	백분율(%)
학교소재지	제주시	260	44.1
	서귀포시	161	27.3
	북제주군	82	13.9
	남제주군	87	14.7
성별	남	283	48.0
	여	307	52.0
학년	1학년	200	33.9
	2학년	202	34.2
	3학년	188	31.9
생활수준	상류층	26	4.4
	중류층	500	84.7
	하류층	64	10.8
보호자의 직업	공무원(교사포함)	84	14.2
	상업(서비스업 포함)	231	39.2
	회사원	104	17.6
	농·수산업	152	27.4
	무직	9	1.5
용돈 받는 방법	매일	82	13.9
	일주일 단위로	120	20.3
	한달 단위로	72	12.2
	필요할 때마다	316	53.6
용돈 사용기록 여부	매일 쓴다	12	2.0
	꼭 필요한때만 쓴다	80	13.6
	생각날 때만 쓴다.	117	19.8
	안 쓴다	381	64.6
전 체		590	100.0

IV. 연구결과와 해석

1. 제주도 중학생의 소비자 역할수행 수준

1) 소비자 역할수행에 관한 영역별 문항과 역할수행 수준

제주도 청소년의 전체 소비자 역할수행 수준은 <표 4>에서 보는 바와 같이 5점 만점에서 전체적인 평균은 $M=3.05$ 로 다소 높은 수준인 것으로 나타났다.

소비자 역할수행 수준을 전체적으로 분석하면 구매 후 불만 처리에 대해서는 가장 높은 소비자 역할수행 점수($M=3.67$)를 보였으나 용돈관리($M=2.17$)의 경우에 가장 낮게 나타났다.

각 하위요인별로 살펴보면, 용돈관리 영역은 평균 $M=2.17$ 로 가장 낮은 수준을 보이고 있으며, 용돈 사용 전 계획은 가장 높은 반면($M=2.48$) 지출 내용의 기록은 가장 낮은 수준을 보였다.($M=1.69$)

제주도 중학생들이 용돈관리 면에서는 앞의 조사대상자의 일반적 사항에서 보는 바와 같이 용돈관리 능력이 매우 낮은 경향임을 알 수 있고 거의 대부분의 학생들은 기록을 하지 않는 것을 알 수 있다.

특히 용돈관리 수준을 높여주기 위해서는 용돈 사용 후 기록의 필요성과 기록하는 습관을 기르도록 하는 교육이 요구된다고 보아진다.

구매계획 영역에서는 전체 평균이 3.44로 고른 점수분포를 보이고 있다. 꼭 필요한 것인지 검토한다.($M=3.47$), 갖고 싶은 것은 언제라도 구입한다.($M=3.39$), 일시적인 기분으로 구입하는 경우가 있다.($M=3.45$)로 별 차이는 없는 것으로 나타났다.

정보활용 영역에서는 판매원의 설명만으로 충분하다.(M=2.26), 소비자 정보이용을 많이 하고 있다.(M=2.72), 가족과 의논한다.(M=2.59), 친구의 의견을 듣고 구입한다.(M=3.06)로 나타나고 있다.

이는 제품을 구입할 때 비교적 제품에 대한 정보는 판매원에 의존하지 않고 있으며, 정보를 얻는 것도 가족이나 소비자 정보(TV, 신문, 잡지 등)의 활용보다는 친구와 의논하여 구매를 결정하는 경향이 강하게 나타나고 있어 청소년 시기에는 또래집단의 영향력이 높은 것으로 보인다.

비교구매영역에서는 가격과 품질의 차이가 있는지 비교 후 구입한다.(M=3.19) 여러 상점을 둘러보고 비교한다.(M=3.41), 품질이 가격에 알맞은지 비교한다.(M=3.34), 광고 내용과 제품을 비교한다.(M=3.27)로 비교적 높은 수준을 보이고 있다.

구매 후 확인 및 불만 처리 영역에서는 평균이 3.67로 타 영역에 비해 가장 높았으며, 제품 구입 후 제품 상태를 확인한다.(M=3.85), 구입 후 수량을 확인한다.(M=3.48), 구입한 제품에 불만이 있을 경우 환불을 요구한 적이 있다.(M=3.67)로 나타났다.

이는 점차 소비자권리에 대한 인식이 확실해지고 있음이 나타나고 있는 것으로 보인다.

<표 4> 조사대상자의 소비자 역할에 관한 영역별 문항과 역할 수행

영역	번호	문항	M	SD
용돈관리	1	용돈은 계획 후 사용한다.	2.48	1.22
	2	용돈을 사용한 후에는 지출 내용과 액수를 기록한다.	1.69	.98
	3	용돈을 사용 후 지출 내용을 검토·반성한다	2.34	1.30
	Total		2.17	.89
구매계획	4	제품을 구입하기 전에 꼭 필요한 것인지 검토한다.	3.47	1.15
	5	내가 갖고 싶은 것은 언제라도 구매한다.	3.39	1.12
	6	비싸다고 생각이 되어도 일시적인 기분으로 구입하는 경우가 있다.	3.45	1.23
	Total		3.44	.82
정보활용	7	제품을 구입할 때 판매원의 설명만으로도 충분하다.	2.26	1.10
	8	제품을 구입할 때 소비자 정보(TV, 신문, 잡지 등)를 많이 이용하고 있다.	2.72	1.24
	9	제품을 구입할 때 가족과 의논한다.	2.59	1.28
	10	제품을 구입할 때 친구의 의견을 듣고 난 후 구입한다.	3.06	1.17
	Total		2.66	.71
비교구매	11	제품의 상표에 따라 가격과 품질에 차이가 있는지 비교해 본 후 구입한다.	3.19	1.19
	12	제품을 구입할 때 여러 상점을 둘러보고 비교한다.	3.41	1.21
	13	품질이 가격에 알맞는지 비교한다.	3.34	1.14
	14	광고의 내용과 실제의 제품을 비교해 본다.	3.27	1.14
	Total		3.30	.87
구매 후 확인 및 불만 처리	15	제품을 구입한 후 제품의 상태를 꼭 확인한다.	3.85	1.03
	16	제품을 구입한 후 제품의 수량을 확인한다.	3.48	1.15
	17	구입한 제품에 불만이 있는 경우 교환이나 환불을 요구한 적이 있다.	3.67	1.13
	Total		3.67	.80
전 체			3.05	.51

2) 독립변인별 소비자 역할수행 수준

각 독립변인별 제주도 중학생의 소비자 역할수행 수준에 대해서 일원 변량분석을 통하여 알아보았고, 집단간의 차이를 알아보기 위해 추후검증을 실시하였으며 그 분석 결과는 유의미한 차이가 있는 변인들을 중심으로 살펴보았다. 이는 <표 5>에 제시한 바와 같다.

(1) 학교 소재지

학교소재지에 따른 소비자의 역할수행의 차이는 전체적인 경향에 대해서 북제주군(M=2.90)이 가장 낮았으며 제주시(M=3.11)가 가장 높은 역할 수행 수준을 보이고 있다.($p < .01$)

소비자의 역할수행의 하위요인에 따라서는 구매계획과 비교구매에 대해서 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났으나 용돈관리는 북제주군(M=2.01), 서귀포시(M=2.07)가 비교적 낮았으며 제주시(M=2.23), 남제주군(M=2.32)이 비교적 높은 역할 수행 수준을 나타내었다($p < .05$).

또한 정보활용에 대해서는 서귀포시(M=2.55)와 북제주군(M=2.58)이 비교적 낮았으며 제주시(M=2.74)가 비교적 높은 역할 수행 수준을 나타내었다($p < .05$). 구매 후 확인 불만처리에 대해서는 북제주군(M=3.38)이 가장 낮았으며 서귀포시(M=3.59), 남제주군(M=3.70), 제주시(M=3.79),가 비교적 높은 역할 수행 수준을 나타내었다($p < .001$).

(2) 성별

성별에 따른 소비자 역할수행의 차이는 전체적인 경향에 대해서 남학생이 (M=3.02)보다 여학생(M=3.07)의 역할 수행 수준 정도가 높았으나 통계적으로는 그 차이가 없는 것으로 나타났다.

이는 제5차 교육과정까지는 남학생 기술·산업, 여학생 가정·가사로 분리되어 있었으나 제6차 교육과정 이후부터 남학생과 여학생의 두 교과를 똑같이 이수하게 함으로써 똑같은 교육의 기회가 주어진 결과라 볼 수 있다.

역할수행의 하위요인에 따라서는 구매계획, 정보활용, 구매 후 확인 불만 처리에 대해서는 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났으나 용돈관리의 경우 여자(M=2.26)가 남자(M=2.07)보다 역할수행 수준이 높았으며($p<.01$), 비교구매에 대해서도 여자(M=3.38)가 남자(M=3.22)보다 역할 수행 수준이 높게 나타났다($p<.05$).

(3) 학년



학년에 따른 소비자의 역할수행의 차이는 전체적인 경향에 대해서는 1학년(M=3.01), 2학년(M=3.04), 3학년(M=3.09) 중 3학년의 역할 수행 수준 정도가 높았으나 통계적으로는 그 차이가 없는 것으로 나타났다.

소비자의 역할수행의 하위요인에 따라서는 용돈관리, 정보활용, 비교구매, 구매 후 확인 불만처리에 대해서는 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났으나 구매계획에 대해서는 1학년(M=3.31)이 역할 수행 수준 가장 낮았으며 3학년(M=3.54)의 역할 수행 수준이 비교적 높은 것으로 나타났다($p<.05$).

(4) 가정 생활수준

생활수준에 따른 소비자의 역할 수행 수준의 차이는 전체적인 경향에 대해서는 상류층(M=3.06), 중류층(M=3.02), 하류층(M=2.99) 중 중류층의 인식정도가 높았으나 통계적으로는 그 차이가 없는 것으로 나타났다.

소비자의 역할수행의 하위요인에 따라서는 용돈관리, 정보활용, 비교구매, 구매 후 확인, 불만처리에 대해서는 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났으나 구매계획에 대해서는 하류층(M=3.04)이 가장 역할 수행 수준이 낮았으며 중류층(M=3.36), 상류층(M=3.47)이 역할 수행 수준이 비교적 높은 것으로 나타났다($p < .05$)

(5) 보호자의 직업

보호자의 직업에 따른 소비자의 역할수행의 차이는 전체적인 경향에 대해서는 공무원이나 교사(M=3.14), 회사원(M=3.05), 상업·서비스업(M=3.05), 농·수산업(M=2.99), 무직(M=2.81) 중 공무원이나 교사의 역할수행 수준의 정도가 높았으나 통계적으로는 그 차이가 없는 것으로 나타났다.

소비자의 역할수행의 하위요인에 따라서는 용돈관리, 정보활용에 대해서는 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

구매계획에 대해서는 무직(M=2.81)이 가장 역할 수행 수준이 낮았으며 서비스업(M=3.29), 공무원이나 교사(M=3.49), 회사원(M=3.49), 상업·농·수산업(M=3.52)이 비교적 역할 수행 수준 정도가 높은 것으로 나타났다.($p < .05$)

비교구매에 대해서는 회사원(M=3.24), 농·수산업(M=3.17)이 가장 역할 수행 수준이 낮았으며 공무원이나 교사(M=3.48), 상업, 서비스업(M=3.41)

이 비교적 역할 수행 수준 정도가 높은 것으로 나타났다.($p < .05$)

구매 후 확인 불만처리에 대해서는 농·수산업($M=3.44$)이 가장 인식 정도가 낮았으며 공무원이나 교사($M=3.85$), 무직($M=3.81$)이 비교적 역할 수행 수준이 높은 것으로 나타났다.($p < .01$)

(6) 용돈

용돈 받는 방법에 따른 소비자의 역할수행의 차이는 전체적인 경향에 대해서는 한 달 간격으로 지급 받는 경우($M=3.19$)로 가장 높았으며 매일 지급받는 경우($M=2.92$)가 역할 수행 수준이 가장 낮은 것으로 조사되었다.($p < .01$)

소비자의 역할수행의 하위요인에 따라서는 정보활용과 비교구매에 대해서는 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났으나 용돈관리는 한 달 간격으로 지급 받는 경우($M=2.49$)로 가장 높았으며 일주일($M=2.17$), 매일($M=2.06$), 필요할 때마다($M=2.13$) 지급 받는 경우는 비교적 역할 수행 수준이 낮은 것으로 조사되었다.($p < .05$)

이는 정기적으로 용돈을 받는 집단이 자신의 소비 행동에 용돈 수준을 맞춰 계획할 수 있기 때문인 것으로 생각된다.

구매계획에 대해서는 필요할 때($M=3.15$)가 가장 낮았으며 매일 지급 받는 경우($M=3.47$), 일주일($M=3.48$), 한달($M=3.51$) 지급 받는 경우가 역할 수행 수준이 가장 높은 것으로 조사되었다.($p < .01$)

구매 후 확인 불만처리에 대해서는 한 달 간격으로 지급 받는 경우($M=3.87$)로 가장 높았으며 매일 지급 받는 경우($M=3.52$)가 역할 수행 수준이 가장 낮은 것으로 조사되었다($p < .05$).

또한 용돈사용에 대한 용돈 기입장을 쓰는지 여부에 따른 소비자의 역할

수행의 차이는 전체적인 경향에 대해서 안 쓰는 경우(M=2.95)가 역할 수행 수준이 가장 낮았으며 매일 쓰는 경우(M=3.57)가 역할 수행 수준이 높은 것으로 나타났다(p<.001).

소비자의 역할수행의 하위요인에 따라서는 구매계획, 정보활용과 비교구매에 대해서는 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났으나 용돈관리는 용돈 기입장을 쓰지 않는 경우(M=1.91)가 역할 수행 수준이 가장 낮았으며, 매일 쓰는 경우(M=3.64)가 역할 수행 수준이 높은 것으로 나타났다(p<.001).

구매 후 확인 불만처리에 대해서는 쓰지 않는 경우(M=3.60)에 인식수준이 가장 낮았으며, 매일 쓰는 경우(M=3.89)와 생각날 때만 쓰는 경우(M=3.85)가 높은 역할 수행 수준을 나타냈다(p<.05).

<표 5> 독립변인별 소비자 역할 수행 수준의 차이 검증

역할 변인	용돈관리	구매계획	정보활용	비교구매	구매 후 확인 불만처리	전체
학교소재지	*		*		***	**
성별	**			*		
학년		*				
생활수준		*				
보호자 직업		*			**	
용돈 받는 방법	*	**			*	**
용돈 사용 기록 여부	***				*	***

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

<표 6> 독립변인별 소비자 역할 수행 수준

역 할 변 인		용돈관리		구매계획		정보활용		비교구매		구매후 확인 불만처리		전체	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
	전 체	2.17	.89	3.44	.82	2.66	.71	3.30	.87	3.67	.80	3.05	.51
학교 소재지	제주시	2.23	.95	3.38	.87	2.74	.73	3.39	.90	3.79	.80	3.11	.53
	서귀포시	2.07	.78	3.49	.77	2.55	.76	3.24	.84	3.59	.79	2.99	.47
	북제주군	2.01	.85	3.39	.80	2.58	.66	3.13	.95	3.38	.84	2.90	.48
	남제주군	2.32	.89	3.55	.78	2.68a	.59	3.32	.76	3.70	.71	3.12	.48
	F(p)	2.839*(.037)		1.268(.284)		2.732*(.043)		2.317(.075)		6.182*** (.000)		4.965** (.002)	
성별	남	2.07	.85	3.46	.78	2.67	.77	3.22	.92	3.69	.79	3.02	.48
	여	2.26	.91	3.41	.86	2.64	.66	3.38	.82	3.64	.81	3.07	.53
	t(p)	-2.711** (.007)		.713 (.476)		.447 (.655)		-2.152* (.032)		.706 (.481)		-1.109 (.268)	
학년	1학년	2.08	.90	3.54	.88	2.58	.76	3.32	.93	3.77	.82	3.01	.52
	2학년	2.18	.84	3.46	.78	2.66	.67	3.25	.87	3.65	.83	3.04	.52
	3학년	2.25	.92	3.31	.79	2.74	.70	3.34	.82	3.58	.74	3.09	.47
	F(p)	1.867(.155)		4.006*(.019)		2.362(.095)		4.74(.623)		2.599(.075)		1.335(.264)	
생활 수준	상류층	2.15	.95	3.47	.93	2.74	.82	3.41	.92	3.73	1.05	3.06	.50
	중류층	2.19	.88	3.36	.81	2.66	.71	3.30	.86	3.66	.78	3.02	.59
	하류층	2.03	.89	3.07	.82	2.58	.69	3.29	.97	3.67	.88	2.99	.53
	F(p)	.905(.405)		3.690*(.026)		.590(.555)		.222(.801)		.089(.915)		.590(.555)	
보호자 직업	공무원(교사)	2.22	.93	3.49	.75	2.65	.70	3.48	1.01	3.85	.72	3.14	.52
	사무·판매직	2.17	.85	3.49	.82	2.65	.79	3.24	.90	3.71	.82	3.05	.51
	상업(서비스업)	2.12	.90	3.29	.86	2.73	.67	3.41	.79	3.67	.76	3.05	.51
	농·수산업	2.25	.90	3.52	.80	2.59	.63	3.17	.79	3.44	.82	2.99	.48
	무직	1.52	.94	2.81	.88	2.58	.70	3.33	1.03	3.81	.96	2.81	.63
	F(p)	1.656(.159)		3.080*(.016)		.745(.562)		2.443*(.046)		3.761**(.005)		1.476(.208)	
용돈 받는 방법	매일	2.17	.77	3.47	.85	2.68	.73	3.20	.89	3.52	.90	2.92	.53
	일주일	2.13	.88	3.48	.86	2.70	.72	3.36	.78	3.75b	.73	3.09	.47
	한달	2.49	.98	3.51	.80	2.68	.69	3.42	.92	3.87	.71	3.19	.53
	필요할때	2.06	.89	3.15	.79	2.63	.71	3.28	.89	3.63a	.81	3.03	.50
	F(p)	3.842*(.010)		3.866**(.009)		.328(.805)		1.065(.363)		3.192*(.023)		4.177**(.006)	
용돈 사용 기록 여부	매일	3.64	.88	3.78	.78	3.00	.61	3.56	.64	3.89	.78	3.57	.37
	꼭 필요할때만	2.83	.94	3.48	.80	2.75	.73	3.46	.82	3.85	.79	3.28	.50
	생각날때만쓴다	2.41	.77	3.56	.82	2.72	.71	3.40	.79	3.72	.72	3.16	.44
	안 쓴다	1.91	.77	3.38	.82	2.61	.71	3.23	.91	3.60	.82	2.95	.50
	F(p)	48.753*** (.000)		2.355 (.071)		2.295 (.077)		2.510 (.058)		2.787* (.040)		18.267*** (.000)	

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

2. 제주도 중학생의 소비자 문제 인식 정도

1) 소비자 문제 관한 영역별 문항과 인식정도

제주도 중학생이 지각하는 소비자 문제인식 정도는 <표 7>에서 보는 바와 같이 5점 만점에서 전체적인 평균은 $M=3.10$ 로 비교적 높은 인식 수준인 것으로 나타났다.

이를 분석해 보면 품질 문제에서 가장 많은 소비자 문제를 인식한 것으로 나타났고($M=3.690$), 거래에 관련된 문제가 가장 낮은 것으로 나타났다.($M=2.74$)

각 하위영역별로 살펴보면, 정보영역이 전체적인 평균은 3.55로 이중 광고를 보고 구입한 물건이 기대와 달랐던 적이 있다.($M=3.77$)에 높은 인식을 나타내어 광고의 내용이 지나치게 과장되어 있어 광고 내용을 막연하게 믿기보다는 선별하는 능력을 갖추도록 지도해야 할 것으로 보인다.

품질영역에서의 전체 평균은 3.60으로 사용해 보니 문제가 있었다.($M=3.64$), 얼마 되지 않아 고장이 나거나 못 쓰게 된 적이 있었다. ($M=3.63$), 판매원이 설명보다 질이 나빴던 적이 있었다.($M=3.53$)로 비교적 높게 나타나 품질면에서 많은 소비자 문제를 인식하고 있는 것으로 보인다.

가격영역에서의 전체 평균은 3.14로 정찰제가 잘 지켜지지 않아 가격을 흥정한 적이 있다.($M=3.67$)는 항목에 문제 인식이 가장 높으며, 할인 판매 기간의 가격과 정상판매 가격에 차이가 없었다.($M=2.95$), 상점마다 똑같은 제품도 가격이 달라 비싸게 산 적이 있다.($M=2.80$)의 순으로 나타났다. 따라서 역할 수행의 비교구매 영역에서 제품을 구입할 때 여러 상점을 둘러보고 비교한다가 가장 높은 점수를 나타난 결과와 무관하지 않을 것으로

생각된다.

거래와 관련된 영역은 소비자 문제 영역 중 가장 낮은 인식을 나타낸 영역으로 전체적인 인식정도는 평균 2.74이다. 이 중에서 끼워팔기(M=2.84)와 품질에 비해 터무니없이 비싼 가격을 주고 제품을 구입한 적이 있다.(M=2.79), 구입한 제품의 수량이 모자란 적이 있다.(M=2.75), 유사상표에 속아 제품을 구입한 적이 있다.(M=2.58)의 순으로 보아 소비자 역할 수행에서 구매 후 확인 및 불만처리가 높은 수준의 결과인 것과 관련지어 볼 때 소비자 역할 수행 수준이 높으면 소비자 문제 인식의 정도가 낮아짐을 관련시켜 볼 수가 있다.

판매원의 태도 영역은 평균 2.70으로서 그 중 판매원이 불친절하거나 어리다고 무시한 적이 있다.(M=3.25)에 인식의 정도가 높게 나타났고, 판매원의 반강요적 권유와 위협 때문에 제품을 구입한 적이 있다.(M=2.14)는 비교적 낮아 판매원의 태도에 대해서는 이중적인 경향이 나타나고 있다.

불만해결 영역에서는 교환이나 환불을 요구했을 때 거절당해 포기한 적이 있다.(M=2.90)으로 나타나고 있다.

<표 7> 소비자 문제에 관한 영역별 문항과 인식 정도

영역	번호	문항	M	SD
정보	18	광고를 보고 구입한 물건이 기대와 달랐던 적이 있다.	3.77	.97
	9	제품 설명서의 내용이 이해하기 어려웠던 적이 있다.	3.50	1.06
	20	포장을 보고 샀다가 실망한 적이 있다.	3.37	1.24
	Total		3.55	.77
품질	21	제품 구입 시에는 몰랐으나 사용해 보니 문제가 있었던 적이 있다.	3.64	1.02
	22	구입한지 얼마 되지 않아 고장이 나거나 못 쓰게된 적이 있다.	3.63	1.13
	23	판매원의 설명보다 제품이 질이 나빴던 적이 있다.	3.53	1.01
	Total		3.60	.83
가격	24	상점마다 가격이 달라 똑같은 제품도 비싸게 산 적이 있다.	3.67	1.11
	25	할인 판매 기간의 가격이 정상시 가격과 별 차이가 없었다.	2.95	1.03
	26	정찰제가 잘 지켜지지 않아 가격을 흥정한 적이 있다.	2.80	1.04
	Total		3.14	.72
거래와 관련된 문제	27	끼워 팔기 식의 판매 때문에 원하지 않은 제품까지 구입한 적이 있다.	2.84	1.17
	28	품질에 비해 터무니없이 비싼 가격을 주고 제품을 구입한 적이 있다.	2.79	1.24
	29	유사상표에 속아 제품을 구입한 적이 있다.	2.58	1.20
	30	구입한 제품의 수량이 모자랐던 적이 있다.	2.75	1.15
	Total		2.74	.85
판매원 태도	31	판매원의 반 강요적 권유와 위협 때문에 제품을 구입한 적이 있다.	2.14	1.18
	32	판매원이 불친절하거나 어리다고 무시한 적이 있다.	3.25	1.37
	Total		2.70	1.03
불만해결	33	구입한 제품이 불량품이라 교환이나 환불을 요구했으나 거절당해 포기한 적이 있다.	2.90	1.35
전 체			3.10	.62

2) 독립변인별 소비자 문제 인식 정도

각 독립변인별 제주도 중학생의 소비자 문제인식 정도에 대해서는 일원 변량분석을 통하여 알아보았고, 집단간의 차이를 알아보기 위해 추후검증을 실시하였으며, 그 결과 분석은 주로 유의미한 차이가 있는 변인들을 중심으로 살펴보았다. 이는 <표 8>에 제시한 바와 같다.

(1) 학교 소재지

학교소재지에 따른 소비자 문제 인식의 차이는 전체적인 경향에 대해서는 북제주군(M=2.99), 남제주군(M=2.99)이 문제 인식의 가장 낮았으며 제주시(M=3.20)가 가장 높은 것으로 나타났다(p<.01).

소비자의 문제 인식의 하위요인에 따라서는 정보, 품질, 판매원 태도, 불만해결에 대해서는 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났으나 가격에 대해서는 북제주군(M=2.97)과 남제주군(M=3.04)이 비교적 낮았으며 제주시(M=3.26)이 비교적 높은 인식정도를 나타내었다(p<.01). 또한 거래에 관련된 문제에 대해서는 북제주군(M=2.60)과 남제주군(M=2.58)이 비교적 낮았으며 제주시(M=2.87)가 비교적 높은 인식 정도를 나타내었다.(p<.01)

(2) 성별

성별에 따른 소비자의 문제 인식의 차이는 전체적인 경향에 대해서는 남자(M=3.04)보다 여자(M=3.17)의 문제 인식 정도가 높게 나타났다(p<.05).

소비자 문제 인식의 하위요인에 따라서는 품질, 가격, 거래에 관련된 문제, 불만해결에 대해서는 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났으나 정보의

경우 여자(M=3.62)가 남자(M=3.46)보다 인식정도가 높았으며($p < .05$), 판매원 태도에 대해서도 여자(M=2.84)가 남자(M=2.55)보다 인식정도가 높게 나타났다($p < .01$).

(3) 학년

학년에 따른 소비자의 문제 인식의 정도는 전체적인 경향에 대해서 1학년(M=2.98),의 인식정도가 가장 낮았으며 2학년(M=3.20), 3학년(M=3.13)의 인식정도가 비교적 높은 것으로 나타났다($p < .01$).

소비자의 문제 인식의 하위요인에 따라서는 정보, 품질, 가격, 거래에 관련된 문제에 대해서는 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났으나 판매원의 태도에 대해서는 2학년(M=2.54)이 가장 인식정도가 낮았으며 1학년(M=2.82), 3학년(M=2.74)의 인식정도가 비교적 높은 것으로 나타났다. ($p < .05$) 또한 불만해결에 대해서는 2학년(M=2.54)이 가장 인식정도가 낮았으며 1학년(M=3.15), 3학년(M=3.01)이 인식정도가 비교적 높은 것으로 나타났다. ($p < .001$)

(4) 가정 생활수준

생활수준에 따른 소비자의 문제 인식의 차이는 전체적인 경향에 대해서는 상류층(M=3.26), 중류층(M=3.09), 하류층(M=3.13) 중 상류층의 인식정도가 높았으나 통계적으로는 그 차이가 없는 것으로 나타났다.

소비자의 문제 인식의 하위요인에 따라서는 모든 요인이 가정생활수준에 따라서는 통계적으로 그 인식의 차이가 없는 것으로 나타났다.

(5) 보호자의 직업

보호자의 직업에 따른 소비자의 문제 인식의 차이는 전체적인 경향에 대해서는 공무원이나 교사(M=3.08), 회사원(M=3.07), 상업·서비스업(M=3.24), 농, 수산업(M=3.01), 무직(M=3.34) 중 무직의 인식정도가 높았으며 농, 수산업 종사자의 인식수준이 가장 낮은 것으로 나타났다($p < .05$).

소비자의 문제 인식의 하위요인에 따라서는 정보, 품질, 가격, 판매원 태도, 불만해결에 대해서는 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났으나 거래문제에 대해서는 농, 수산업(M=2.64)과 공무원이나 교사(M=2.60)가 가장 인식정도가 낮았으며, 무직(M=3.11)이 비교적 인식정도가 높은 것으로 나타났다($p < .05$).

(6) 용돈관리

용돈 받는 방법에 따른 소비자의 문제 인식의 차이는 전체적인 경향에 대해서는 필요할 때마다 지급 받는 경우(M=3.08)로 가장 낮았으며 매일 지급받는 경우(M=3.18)의 인식정도가 가장 높게 조사되었으나 통계적으로 그 차이는 없는 것으로 나타났다.

소비자의 문제 인식의 하위요인에 따라서는 모든 요인이 가정생활수준에 따라서는 통계적으로 그 인식의 차이가 없는 것으로 나타났다.

또한 용돈사용에 대한 용돈 기입장을 쓰는지 여부에 따른 소비자 문제 인식의 차이는 전체적인 경향에 대해서 안 쓰는 경우(M=3.05)에 인식수준이 가장 낮았으며 매일 쓰는 경우(M=3.27)의 인식정도가 높은 것으로 나타났으나 통계적으로는 그 차이가 없는 것으로 조사되었다.

소비자의 문제 인식의 하위요인에 따라서는 정보, 품질, 가격, 거래문제,

불만해결에 대해서는 통계적인 차이가 없는 것으로 나타났으나 판매원 태도에는 거의 쓰지 않거나(M=2.79), 쓰지 않는 경우(M=2.59)에 인식수준이 낮았으며, 매일 쓰는 경우(M=2.92), 생각날 때만 쓰는 경우(M=3.01)의 인식정도가 높은 것으로 나타났다(p<.01).

<표 8> 독립변인별 소비자 문제 인식 정도의 차이 검증

문제인식 변 인	정보	품질	가격	거래문제	판매원 태도	불만해결	전체
학교소재지			**	**	***		**
성별					**		*
학년					*	***	**
생활수준							
보호자직업				*			*
용돈 받는 방법							
용돈사용 기록 여부					**		

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

<표 9> 독립변인별 소비자 문제 인식 정도

변인	역할	정보		품질		가격		거래문제		판매원태도		불만해결		전체	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
학교소재지	전체	3.55	.77	3.60	.83	3.14	.72	2.74	.85	2.70	1.03	2.90	1.35	3.10	.62
	제주시	3.63	.77	3.62	.80	3.26	.75	2.87	.84	2.80	1.02	3.04	1.37	3.20	.63
	서귀포시	3.48	.78	3.62	.85	3.09	.69	2.69	.85	2.65	1.03	2.83	1.43	3.06	.62
	북제주군	3.50	.81	3.49	.95	2.97	.60	2.60	.82	2.64	1.00	2.73	1.25	2.99	.60
	남제주군	3.47	.72	3.57	.77	3.04	.72	2.58	.84	2.53	1.10	2.76	1.22	2.99	.60
	F(p)	1.618 (.184)		.599 (.616)		5.097** (.002)		3.877** (.009)		1.731 (.159)		1.809 (.144)		4.330** (.005)	
성별	남	3.46	.84	3.53	.90	3.10	.76	2.77	.93	2.55	1.07	2.81	1.42	3.04	.68
	여	3.62	.69	3.66	.76	3.19	.67	2.71	.77	2.84	.98	2.98	1.28	3.17	.57
	t(p)	-2.509* (.012)		-1.865 (.063)		-1.527 (.127)		.785 (.433)		-3.405** (.001)		-1.500 (.134)		-2.518* (.012)	
학년	1학년	3.59	.81	3.68	.88	3.15	.73	2.82	.85	2.82	1.08	3.15	1.42	2.98	.55
	2학년	3.54	.70	3.50	.79	3.12	.71	2.65	.77	2.54	.96	2.5	1.27	3.13	.66
	3학년	3.50	.81	3.61	.80	3.16	.72	2.75	.92	2.74a	1.05	3.01b	1.29	3.20	.61
	F(p)	.632 (.532)		2.323 (.099)		.240 (.787)		2.185 (.113)		3.756* (.024)		11.583*** (.000)		6.566** (.002)	
생활수준	상류층	3.59	.82	3.74	.83	3.46	.67	2.86	.81	2.88	1.21	3.04	1.34	3.26	.70
	중류층	3.54	.77	3.58	.83	3.13	.71	2.72	.80	2.69	1.00	2.89	1.35	3.13	.61
	하류층	3.56	.76	3.68	.85	3.11	.79	2.89	1.14	2.66	1.20	2.86	1.42	3.09	.64
	F(p)	.049 (.952)		.828 (.437)		2.713 (.067)		1.423 (.242)		.480 (.619)		.167 (.846)		.960 (.383)	
보호자직업	공무원(교사)	3.58	.78	3.51	.76	3.15	.75	2.60	.78	2.74	1.05	2.90	1.36	3.08	.63
	회사원	3.54	.75	3.53	.84	3.14	.71	2.72	.84	2.63	1.09	2.84	1.36	3.07	.62
	상업(서비스업)	3.61	.77	3.77	.76	3.24	.70	2.91	.86	2.82	.96	3.10	1.42	3.24	.60
	농·수산업	3.43	.80	3.57	.90	3.02	.69	2.64	.84	2.66	.96	2.71	1.22	3.01	.61
	무직	3.93	.62	3.67	.91	3.33	1.03	3.11	1.22	2.56	1.57	3.44	1.51	3.34	.95
	F(p)	1.479 (.207)		2.368 (.052)		1.705 (.147)		2.884* (.022)		.926 (.448)		1.809 (.125)		3.117* (.015)	
용돈받는방법	매일	3.65	.83	3.66	.85	3.11	.75	2.83	.86	2.86	1.08	2.96	1.42	3.18	.62
	일주일	3.53	.74	3.59	.83	3.12	.76	2.78	.80	2.73	1.00	2.83	1.36	3.10	.63
	한달	3.59	.74	3.56	.77	3.12	.72	2.79	.81	2.74	1.02	3.06	1.41	3.14	.56
	필요할때	3.52	.78	3.59	.84	3.17	.70	2.69	.87	2.63	1.04	2.87	1.33	3.08	.64
	F(p)	.780 (.506)		.228 (.877)		.244 (.866)		.784 (.503)		1.165 (.323)		.547 (.650)		.673 (.569)	
용돈사용기록여부	매일	3.67	.59	3.81	.69	3.47	.63	2.83	.77	2.92	.95	2.92	1.38	3.27	.57
	생각날때	3.69	.68	3.63	.77	3.14	.72	2.70	.91	3.01	.98	3.06	1.33	3.20	.59
	거의 안쓴다	3.61	.75	3.68	.80	3.26	.67	2.85	.74	2.79	1.03	2.87	1.32	3.18	.63
	안 쓴다	3.50	.80	3.56	.85	3.10	.73	2.71	.87	2.59	1.04	2.87	1.37	3.05	.63
	F(p)	1.771 (.152)		.923 (.429)		2.329 (.073)		.915 (.434)		4.326** (.005)		.466 (.706)		2.311 (.075)	

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

3. 제주도 중학생의 소비자 역할수행과 소비자 문제 인식의 관련성

제주도 중학생의 소비자 역할수행과 소비자 문제 인식의 관련성을 알아보기 위하여 Pearson의 적률상관 관계를 이용하였으며 그 결과는 <표 10>과 같다.

전체적으로 볼 때 제주도 청소년의 소비자 역할수행과 소비자 문제 인식의 관계는 ($r=-.145$, $P<.01$) 負적으로 의미 있는 관련이 있음을 나타내고 있다. 다시 말하면, 소비자 역할수행 수준이 높을수록 소비자 문제 인식의 정도가 낮은 것으로 보아 소비자 문제 경험에 직면하는 경향이 적음을 알 수 있다.

각 영역별 소비자 역할수행과 전체 소비자 문제 인식간의 관계를 살펴보면 소비자 역할수행에 관한 영역 중 비교구매영역($r=-.191$, $P<.001$)이 다른 영역과 비교하여 상대적으로 가장 높은 負적 상관 관계를 나타냈으며, 다음으로 구매 후 확인 및 불만처리($r=-.110$, $P<.05$), 용돈관리 영역($r=-.109$, $P<.05$) 순으로 負적 상관관계를 나타냈다. 즉 소비자가 비교구매 영역에 관한 역할수행이 잘 이루어질수록, 구매 후 확인 및 불만처리 영역의 역할수행이 잘 이루어질수록 소비자 문제인식의 정도가 낮은 것으로 나타났다.

각 영역별 소비자 역할 수행과 소비자 문제인식의 정도의 상관관계를 살펴보면 용돈관리의 소비자 역할 수행은 품질영역($r=-.130$, $P<.01$)과 거래문제영역($r=-.122$, $P<.01$) 순으로 소비자 문제인식의 유의한 負적 상관관계를 보였다. 이는 용돈관리 능력이 높을수록 품질과 거래문제에서 소비자 문제인식의 정도가 낮은 것으로 나타났다.

구매계획에 대한 소비자 역할 수행은 거래문제($r=-.094$, $P<.05$)에서 소비

자문제 인식의 유의한 負적 상관관계를 보였다. 이는 구매계획이 잘 되어 있을수록 소비자 문제 인식이 낮아지는 것으로 나타났다.

정보활용의 소비자 역할 수행은 정보영역($r=-.107, P<.05$)과 거래문제($r=-.114, P<.05$)의 소비자 문제인식에서 유의한 負적 상관관계를 나타냈다.

비교구매의 소비자 역할 영역은 거래문제($r=-.218, P<.001$), 가격($r=-.145, P<.01$), 품질($r=-.129, P<.01$) 순으로 모든 소비자 문제영역과 의미 있는 負적 관계를 나타냈다. 이는 비교구매의 역할수행이 잘 이루어질수록 소비자 문제 인식의 정도가 낮은 것으로 볼 수 있다.

구매 후 확인 불만처리에 대한 소비자 역할 수행은 불만해결($r=-.218, P<.001$), 가격($r=-.104, P<.05$)의 소비자 문제 인식 영역과 의미 있는 負적 상관관계를 나타냈다. 즉 구매 후 확인 불만처리 영역에 대한 역할 수행 수준이 높을수록 불만해결 영역의 소비자 문제 인식 정도가 낮은 것으로 나타났다.



<표 10> 소비자 역할 수행과 소비자 문제 인식 정도와의 상관 관계

문제 역할	정보	품질	가격	거래문제	판매원 태도	불만해결	전체
용돈관리	-.070	-.131**	-.028	-.122**	-.079	-.036	-.109*
구매계획	-.004	-.007	-.040	-.094*	-.013	-.053	-.047
정보활용	-.107*	-.054	-.051	-.114**	-.012	-.028	-.024
비교구매	-.107**	-.129**	-.145**	-.218***	-.101*	-.127**	-.191***
구매후확인 불만처리	.052	-.043	-.104*	-.081	-.067	-.218***	-.110*
전체	-.009	-.105*	-.107*	-.178***	-.074	-.106*	-.135**

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

4. 제주도 중학생의 소비자 문제 인식에 미치는 제 변수의 영향

제주도 중학생의 일반적 사항과 소비자 역할 수행이 소비자문제 인식에 미치는 영향력을 알아보기 위하여 위계적 회귀분석을 한 결과 <표 11>에서 제시된 바와 같다,

1단계는 조사대상자의 일반적 특성만을 대상으로 분석을 하였으며 2단계는 소비자의 역할수행을 추가하여 분석하였다.

위계적 회귀분석 결과 1단계에서는 설명력이 10.7%였고 2단계에서는 19.4%의 설명력이 증가하여 30.1%의 설명력을 나타내었다. 따라서 조사대상자의 일반적인 특성보다는 소비자의 역할수행이 더욱 소비자의 문제인식에 미치는 영향력이 높은 것을 알 수 있다.

소비자의 문제인식에 가장 유의한 영향력을 미치는 것으로는 비교구매($\beta = -.228, p < .001$)로 나타났으며 다음으로 정보활용($\beta = -.102, p < .05$), 구매계획($\beta = -.099, p < .05$), 구매 후 확인 불만처리($\beta = -.095, p < .05$)의 순 이었다. 또한 조사대상자의 일반적인 특성 중에서는 성별($\beta = -.085, p < .05$)이 통계적으로 유의한 영향력을 1단계에서 미치는 것으로 나타났다.

즉 소비자의 소비자 문제 문제인식에 대한 영향력은 소비자의 비교구매 수준이 낮고 정보활용, 구매계획, 구매 후 확인 및 불만처리가 잘 이루어지지 않을수록 소비자의 문제인식에 영향력이 높아지는 경향이 강하게 나타났다.

<표 11> 소비자의 문제인식수준에 대한 독립변인들의 위계적 회귀분석

독립변인	1단계		2단계	
	b	β	b	β
성별	-.106	-.085*	-.099	-.079
학년	-.037	-.048	-.059	-.077
가정수준	.000	.000	-.022	-.014
부모직업	-.008	-.014	-.016	-.025
용돈관리	-.013	-.018	-.016	-.022
용돈 기입장	.061	.079	.034	.043
용돈관리			.038	.055
구매계획			-.173	-.099*
정보활용			-.089	-.102*
비교구매			.071	-.228***
구매후 확인 및 불만처리			-.074	-.095*
Constant	3.192		3.119	
F	1.948		11.252***	
R ²	.107		.307	
ΔR^2	.020		.087	

b : 비표준화 회귀계수, β : 표준화 회귀계수

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

V. 결 론

본 연구는 제주도 내 중학생을 대상으로 소비자 역할수행과 소비자 문제 인식에 대한 의식을 파악하여 소비자 주권을 올바르게 행사하고 이를 위해서 학교 소비자 교육을 효과적으로 실시하기 위한 자료로 이용하고자 하는데 그 목적을 두었다.

연구의 분석을 통하여 얻은 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 제주도 중학생의 지각하는 소비자 역할수행은 5점 척도화 된 문항을 이용하여 조사되었으며 중간 정도의 인식수준인 것으로 나타났다.

각 하위요인별로는 용돈관리수준이 낮은 반면 구매 후 불만 처리 부분이 인식정도가 높은 것으로 나타났다. 또한 구매정보 활용은 대중매체의 활용보다는 친구의 의견을 듣고 난 후가 강하게 나타나고 있어 이는 또래 집단이 영향력이 많이 작용하고 있음을 알 수 있다. 구매 후 불만 처리는 충분히 활용하고 있는 것으로 나타났다.

독립변인별 소비자 역할수행은 학교소재지에 따른 소비자역할 수행의 차이는 북제주군이 낮았으며, 제주시가 역할 수행 수준이 가장 높은 것으로 나타났다.

성별에서는 여학생이 남학생보다 소비자 역할 수행 수준 정도가 높고, 1학년보다는 3학년이 구매계획을 세워 소비를 하고 있으며, 가정생활 수준별로는 상류층의 가정에서 역할 수행 정도가 높고, 보호자 직업면에서는 공무원이나 교사가 비교적 높게 나타났다. 용돈은 규칙적으로 받을 때, 용돈 기입장을 쓰는 경우에는 매일 쓰는 경우가 역할수행의 정도가 높게 나타나고 있다.

둘째, 제주도 중학생의 지각하는 소비자 문제인식 정도는 전체적인 평균

이 다소 높게 나타났다.

각 하위요인별로는 품질에 대한 소비자 문제 인식정도가 높고, 판매원의 태도가 가장 낮게 나타났으며, 판매원이 불친절하고 어리다고 무시한 적이 있다는 영역에 대해서는 인식의 정도가 높은 것으로 나타나 여기에 대해서는 다소 이중적인 경향이 나타나고 있다. 또한 여학생보다 남학생이, 학년이 낮을수록 문제 인식 수준이 비교적 낮은 것으로, 가정생활 수준에 따른 문제 인식의 차이는 상류층 높게 나타났으나, 통계적으로 별 차이가 없으며, 보호자 직업에서는 무직이 높게 나타나 있으며, 용돈을 받는 방법에 따른 소비자 문제 인식의 차이는 매일 지급 받는 경우가 다소 높게 조사되었다.

셋째, 제주도 중학생의 지각하는 소비자 역할과 소비자 문제 인식의 관련성을 살펴보면, 전체적으로 매우 높은 負적 상관성이 있음이 나타났다. 다시 말하면 소비자가 그 역할 수행을 잘 하면 소비자 문제 인식의 정도가 낮아지며 따라서 소비자 문제에 직면하는 경험이 적어지는 경향을 보이고 있음을 알 수 있다.

소비자 역할 수행과 전체 소비자 문제 인식간의 관계를 살펴보면 소비자 역할 수행에 관한 영역 중 비교구매 영역이 다른 영역과 비교하여 상대적으로 높은 경향이 나타났으며, 구매 후 확인 및 불만처리, 용돈관리영역 순으로 부(負)적 상관관계가 나타났다. 즉 소비자는 비교구매 영역에 관한 역할수행이 잘 이루어질수록 소비자 문제 인식 정도가 낮아지는 것으로 나타났다.

각 하위요인별 소비자 역할 수행과 소비자 문제인식의 상관관계를 살펴보면 용돈관리에서 소비자 역할 수행은 품질영역과 거래 문제영역순으로 소비자 문제인식이 유의한 부(負)적 상관관계를 보였다. 이는 용돈 관리 능력이 높을수록 품질과 거래 문제에 소비자 문제 인식의 정도가 낮은 것으로

로 나타났다.

구매계획에 대한 소비자 역할 수행은 거래문제에서 유의한 부(負)적 상관관계를 보여 구매계획이 잘 되어 있을수록 소비자 문제 인식 수준이 낮아지는 것으로 나타났다.

정보활용에서 소비자 역할 수행은 정보영역과 거래문제의 소비자문제 인식에서 유의한 부(負)적 상관관계를 나타냈다.

비교구매의 소비자 역할 영역은 거래문제, 가격, 품질 순으로 모든 소비자 문제영역과 의미 있는 부(負)적 상관관계를 나타냈다. 이는 비교구매의 역할수행이 잘 이루어질수록 소비자 문제 인식의 정도가 낮아지는 것으로 볼 수 있다.

구매 후 확인 불만처리에 대한 소비자 역할 수행은 불만해결, 가격의 소비자 문제 인식 영역과 의미 있는 부(負)적 상관관계를 나타냈다. 즉 구매 후 확인 불만처리 영역에 대한 역할 수행이 높을수록 불만 해결 영역에 대한 소비자 문제 인식 정도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

전체적으로 볼 때 소비자는 역할 수행을 바르게 잘 할수록 소비자 문제 인식 수준이 낮아지면서 소비자 문제에 직면하는 경험이 적어진다고 볼 수 있다.

넷째, 제주도 중학생의 일반적 사항과 소비자 역할 수행이 소비자문제 인식에 미치는 영향력을 알아보기 위한 위계적 회귀분석 하였다. 그 결과 1단계분석인 일반적 사항에서보다는 2단계에서 설명력이 증가하였다. 따라서 조사대상자의 일반적 특성보다는 소비자의 역할수행이 더욱 소비자의 문제인식에 미치는 영향력이 높은 것을 알 수 있다.

소비자의 문제인식 수준에 가장 유의한 영향력을 미치는 것으로는 비교구매로 나타났으며 다음으로 정보활용, 구매계획, 구매 후 확인 불만처리의 순 이었다. 또한 조사대상자의 일반적 특성 중에서는 성별이 통계적으로

유의한 영향력을 1단계에서 미치는 것으로 나타났다.

즉 소비자의 문제인식에 영향을 미치는 것은 비교구매 역할 수행 수준이 낮을수록, 정보활용과 구매 후 확인 불만처리가 이루어지지 않을수록 구매 계획이 잘 되지 않을 수록 소비자 문제 인식 수준이 높아지는 경향이 강해지는 것으로 나타났다.

이상과 같은 연구결과를 통해 볼 때 청소년 소비자 교육을 위한 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

첫째, 제주도 중학생의 소비자 역할 수행은 다소 높은 정도의 수준인 것으로 나타나고 있으나 상품 구입 시 정보 이용은 친구의 의견을 듣는 경향이 높고, 용돈 관리면에서 용돈 기입장의 기록이 잘 이루어지지 않고 있는 것으로 나타나고 있어 올바른 상품정보의 이용과 계획성 있는 소비생활을 위한 금전 관리의 중요성을 강조하는 소비자 교육이 요구된다 하겠다.

둘째, 제주도 중학생의 지각하는 소비자 문제인식 정도는 전체적인 평균이 다소 높은 수준인 것으로 나타나고 있으며 이중 정보영역과 품질, 가격 영역에서 소비자 문제 인식 수준이 높게 나타나고 있다. 이는 이 영역에서 평소 소비 생활에서 느끼는 소비자 문제의 경험과 밀접한 관계가 있음을 시사하고 있는 바 따라서 청소년을 대상으로 하는 광고나 상품에 대한 정보를 사실적으로 정확하게 파악할 수 있는 능력 향상을 위한 소비자 교육 프로그램이 필요하다고 본다.

셋째, 소비자 역할 수행과 소비자 문제인식의 상관관계는 소비자 역할 수행능력이 높을수록 소비자문제 인식의 정도가 낮게 나타나 상대적으로 소비자 문제경험에 직면하는 경향이 적은 것으로 보아 청소년의 소비자 교육은 지식 전수의 교육뿐만 아니라 실천적인 교육이 되도록 체계적인 소비자 교육 프로그램이 개발되어야 할 것이다.

넷째, 소비자 문제 인식에 영향을 미치는 주요 변인으로는 소비자의 일

반적 사항보다는 소비자 역할 수행이 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 그 중에서 비교구매영역, 구매계획 영역과 구매 후 확인 및 불만처리 영역, 용돈관리영역 순으로 영향력이 나타나고 있어 청소년 소비자의 비교구매에 관한 역할수행이 잘 이루어지지 않을수록 소비자 문제 인식 정도가 높아지는 것으로 보아 소비자 역할 수행에 관한 교육을 더욱 강화하여 청소년 소비자의 소비자 문제에 관한 인식을 최소화하고 소비자문제 경험을 줄이도록 하는 소비자 교육이 필요하다고 본다.

마지막으로 본 연구가 갖고 있는 제한점을 바탕으로 볼 때 앞으로의 연구에서는 다음과 같은 사항을 고려할 것을 제안하고자 한다.

첫째, 본 연구에서는 조사대상이 제주도내 일부 학교로 제한되어 있어 고려되지 않은 대상에 대해서 비교 연구가 필요하다고 본다.

둘째, 본 연구에 사용되어진 설문지는 표준화된 것이 아닌 선행연구를 토대로 수정·보완 사용했으므로 포괄적인 측정이 미흡하다. 따라서 소비자 역할수행과 소비자 문제 인식에 영향을 미치는 사회인구학적 변인에 대한 실증적인 연구를 위한 정교한 척도 개발이 이루어져야 할 것이다.

셋째, 본 연구는 제주도 내 중학생이 느끼고 있는 소비자 역할 수행과 소비자 문제인식에 관한 경험에만 초점을 맞추었다

그러나 실제 경험하고 있으면서도 인식조차 하지 못하는 문제들도 있으므로 그런 것들을 고려한 연구가 필요하며, 오늘날의 경제·사회구조의 변화, 청소년들의 생활양식의 변화에 따른 새로운 소비자 문제가 나타날 것 이므로 이러한 점을 계속 보완해 연구되어야 할 것이다.

참고 문헌

- 강이주(1984), “청소년의 생활양식 유형 분석”, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 강현주(1993), “청소년의 소비자 기능과 소비자 문제 경험에 관한 연구”, 석사학위 논문, 성신여자대학교 교육대학원.
- 김선희(1991), “청소년의 소비자 능력에 관한 연구”, 석사학위 논문, 전남대학교 대학원 .
- 김영신(1991), “소비자 문제의 유형별 경험에 관한 연구”, 박사학위 논문, 서울대학교 대학원.
- 김영애(1992), “청소년의 소비자 교육 요구 분석”, 석사학위 논문, 계명대학교 여성학대학원 .
- 김용희(1987.), 「소비자 경제학」, 비봉출판사.
- 김원수(1990), 「광고학 개론」, 경문사.
- 김은수(1984.), “서울시내 여학생의 소비자 기능에 관한 연구”, 석사학위 논문, 연세대학교 대학원.
- 김지희(1990), “어머니의 소비자 사회화 수준이 자녀의 소비자 기능에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위 논문, 이화여자대학교 대학원 .
- 김진아(1996), “청소년의 소비자 사회화 과정 및 소비자 역할 수행에 관한 연구”, 석사학위 논문, 숙명여자대학교 대학원 .
- 김천희(1985), “광고와 소비자주의에 관한 연구”, 석사학위 논문, 서강대학교대학원.
- 문성애(1991), “청소년 소비자 문제의 경험 및 관련 변수”, 석사학위 논문, 충남대학교 교육대학원.

- 민영선(1983), “학교교육에 있어서 소비자 교육의 실시에 관한 연구”, 석사학위 논문, 경남대학교 교육대학원 .
- 박경숙(2001), “제주도 중학생의 구매활동에 관한 연구”, 석사학위 논문 제주대학교 교육대학원.
- 박운아(1984), “소비자 태도와 소비자 역할 수행에 관한 연구”, 석사학위 논문, 서울대학교 대학원 .
- 박재호 편저(1984), 「소비자 행동 연구」, 탐구당.
- 박종오(1984), “우리 나라 청소년 소비자의 사회화에 관한 연구”, 석사학위 논문, 중앙대학교 대학원 .
- 박혜경(1985), 「소비자 교육론」, 수학사.
- 송기숙(1971), 「소비자 보호와 소비 정보」, 경영논총 제 20 집.
- 유미현(1990), “소비자 문제 및 불만족에 따른 대응 행동”, 석사학위 논문, 건국대학교 대학원 .
- 이기춘(1985), “소비자 능력 개발을 위한 소비자 교육에 관한 연구”, 박사학위 논문, 서울대학교 대학원 .
- 이기춘(1982), 「소비자 경제학」, 교문사.
- 이재은(1980), “어머니와 자녀와의 소비자 행동에 관한 연구”, 석사학위 논문, 이화여자대학교대학원 .
- 이재창 외 3인(1983), “청소년 의식구조 및 형성배경”, 한국교육개발원.
- 이종천(1993), “소비자 지식 및 태도가 소비자 문제의 지각에 미치는 영향”, 석사학위 논문 충남대학교 교육대학원.
- 장영실(1987), “우리 나라 청소년 소비자 교육에 관한 연구”, 석사학위 논문, 이화여자대학교대학원.
- 정선용(1989), “여대생의 소비자 역할 수행에 관한 연구”, 석사학위 논문, 이화여자대학교대학원.

- 정성임(1984), “청소년의 라이프 스타일과 소비자 의식 및 행동에 관한 연구”, 석사학위 논문, 전남대학교대학원.
- 정진화(1985), “청소년의 소비자 지식과 소비자 행동에 관한 기초 연구”, 석사학위 논문, 서울대학교 대학원.
- 한국교육개발원(1981), “청소년 문제 종합 진단 연구”, 한국교육개발원.
- 한국소비자보호원, 「소비자시대」 1991년 1월호.
- , 「소비자시대」 1998년 1월호.
- Caplovits. D(1967), “The poor pay more”.
- Diamond. S. L(1976), “Consumer problem and Consumerism : Analysis of calls to a Consumer hot line”, *Journal of Marketing*, (January, 1976).
- Jensen. H. R.(1986), “The Relevance of Aternative Paradigms as Guideline for Consumer Policy and Organized Consumer Action”, *Journal of Consumer Policy*.
- 藁村忠雄(1982), 「消費者 問題 概說」, 法律 文化社.
- 長澤哲夫(1975), 「消費者 行政」, 家政教育社.



ABSTRACT

Study on Exercising the Right as a Consumer and Recognition of Costumer's Problems of teenagers

- Centered on the middle school students in Jeju-Do -

Hwang, jin-hee

Major of Social Studies education

Graduate School of Education

Cheju National University



Adviser : Park, yong-gyeong

The purpose of this study is to find out some educational programs on the consumers in school for students to carry out their right and responsibility they have as a wise consumer desirably and to keep young boys and girls by analysing the problems that middle school students have as a consumer by styles, investigating what is the field considered various variables and classifying and interpreting the

recognition on function as a consumer and recognition of costumer's problems of teenagers.

To achieve this purpose, we carried out investigation using a questionnaire 33 items in two fields on 590 boy and girl students on the first, second and third grades in the middle schools in Jeju-Do.

The collected data were analyzed using SPSS 10.0 for Windows by frequency, percent, average, standard deviation, F-test, t-test, Duncan's Multiple Range Test, method of moments correlation analysis of Pearson and hierarchical regression analysis.

First, the level of fulfilling their role as a consumer that the middle school students in Jeju-Do recognized was over medium as $M=3.05$ of 5 point's full mark. Whereas field on the level of pocket money management among 5 fields on fulfilling role was remarked as low point($M=2.17$), role fulfilling level of field on the discontent treatment after purchase was remarked as high degree($M=3.67$). And the level of fulfilling their role as a consumer by independent variables also had meaningful difference according to where their schools are located($p<.01$), how they receive their ($p<.01$), if they take an account after using their pocket money or not($p<.001$).

Second, the level of recognizing costumer's problems that the middle school students in Jeju-Do recognized was higher than the level of fulfilling their role as a consumer as $M=3.10$ of 5 point's full mark.

Whereas the item on money exchanging among 6 items on the level of recognizing customer's problems was remarked as low point(M=2.74), the level related to quality was remarked as high degree(M=3.60). And the level of recognizing customer's problems by independent variables also had meaningful difference according to the location of their school($p<.01$), sex($p<.05$), grade($p<.01$), job of their parents($p<.05$).

Third, there is a negative correlation between fulfilling their role as a consumer and recognizing customer's problems of the middle school students in Jeju-Do($r=-.135$, $p<.01$). Therefore, it is shown that as the level of fulfilling their role as a consumer is higher, the level of recognizing customer's problems is low.

Forth, in the degree of influences of all variables having a effect on recognizing customer's problems of the middle school students in Jeju-Do, the power explaining a general things was indicated as 10.7% and fulfilling their role as a consumer was indicated as 30.1%. fulfilling their role as a consumer was shown to have greater influence than general things. Among them, by variables, the level of recognizing customer's problems tended to become higher, as the level of purchasing after comparing goods was lower($\beta=-.228$, $P<.001$) and information utilization and discontent treatment after purchasing did not worked well.

As is mentioned above, it is needed to be emphasized that desirable

fulfilling their role as a consumer is very important based on the results like the correlation between fulfilling their role as a consumer and recognizing costumer's problems of the middle school students in Jeju-Do, the factors having a effect on recognizing costumer's problems etc.. Therefore, improvement of the level of fulfilling their role as a consumer can be helpful to develop an ability to solve the problems when young boys and girls face not only to exercise their rights as a consumer but also to experience problems they will have as a consumer. Especially we should prepare the education to have a desirable sense of the role as a consumer and their daily life as a consumer in the middle school period student recognized by young boys and girls clearly, for students to learn the knowledge as a consumer, and then to become a wise consumer solving the costumer's problems that can be experienced in the real life fundamentally.

부록

질문조사서

안녕하십니까?

본 조사는 청소년 소비자 여러분의 상품과 서비스를 구입하면서 겪게 되는 문제점들이 무엇인지 파악하는데 그 목적을 두고 있습니다.

본 설문지에서 응답하는 내용은 연구 이외의 다른 목적으로는 사용되지 않을 것이므로 청소년 여러분의 성의 있고 솔직한 답변을 부탁드립니다.

한 문항이라도 응답이 빠지면 사용할 수 없으니 빠짐없이 기입해 주시기 바랍니다.

2002年 12月

濟州大學校 教育大學院

社會教育專攻

黃 鎮 姬

※ 다음은 여러분의 의견을 듣기 위한 설문입니다. 일치한다고 생각되는 것에 V 표해 주십시오.

	확실히 그렇다	그런 것 같다	잘 모르겠 다	아닌것 같다	전혀 아니다
1. 용돈은 계획을 세운 후 사용한다.					
2. 용돈을 사용한 후에는 지출 내용과 액수를 기록한다.					
3. 용돈을 사용한 후 지출 내용을 검토 받는다.					
4. 제품을 구입하기 전에 꼭 필요한 것인지 검토한다.					
5. 내가 갖고 싶은 것은 언제라도 구입한다.					
6. 비싸다고 생각이 되어도 일시적인 기분으로 구입하는 경우가 있다.					
7. 제품을 구입할 때 판매원의 설명만으로도 충분하다.					
8. 제품을 구입할 때 소비자 정보(TV, 신문, 잡지 등)를 많이 이용하고 있다.					
9. 제품을 구입할 때 꼭 가족과 의논한다.					
10. 제품을 구입할 때 친구의 의견을 들은 후 구입한다.					
11. 제품이 상표에 따라 가격과 품질에 차이가 있는지 비교해 본 후 구입한다.					
12. 제품을 구입할 때 여러 상점을 둘러보고 비교한다.					
13. 품질이 가격에 알맞은지 비교해 본다.					
14. 광고의 내용과 실제의 제품을 비교해 본다.					
15. 제품을 구입한 후 제품의 상태를 꼭 확인한다.					
16. 제품을 구입한 후 제품의 수량을 확인한다.					

	확실히 그렇다	그런 것 같다	잘 모르겠 다	아닌 것 같다	전혀 아니다
17. 구입한 제품에 불만이 있는 경우 교환 이나 환불을 요구한 적이 있다.					
18. 광고를 보고 구입한 물건이 기대와 달 랐던 적이 있다.					
19. 제품 설명서의 내용이 이해하기 어려웠 던 적이 있다.					
20. 포장을 보고 샀다가 실망한 적이 있다.					
21. 제품 구입 시에는 몰랐으나 사용해보니 문제가 있었던 적이 있다.					
22. 구입한지 얼마 되지 않아 고장이 나거 나 못 쓰게 된 적이 있다.					
23. 판매원이 설명보다 제품의 질이 나빴던 적이 있다.					
24. 상점마다 가격이 달라 똑같은 제품도 비싸게 산 적이 있다.					
25. 할인 판매 기간의 가격이 정상 시 가격 과 거의 차이가 없었다.					
26. 정찰제가 잘 지켜지지 않아 가격을 흥 정한 적이 있다.					
27. 끼워 팔기 식의 판매 때문에 원하지 않 은 제품까지 구입한 적이 있다.					
28. 품질에 비해 터무니없이 비싼 가격을 주고 제품을 구입한 적이 있다.					
29. 유사 상표에 속아 제품을 구입한 적이 있다.					
30. 구입한 제품의 수량이 모자랐던 적이 있다.					
31. 판매원의 반 강요적 권유와 위협 때문 에 제품을 구입한 적이 있다.					
32. 판매원이 불친절하거나 어리다고 무시 한 적이 있다.					
33. 구입한 제품이 불량품이라 교환이나 환 불을 요구했으나 거절당해 포기한 적이 있다.					

※ 다음은 연구 자료로서 필요한 사항입니다. 해당란에 √ 표를 하여 주십시오.

34. 현재 살고 있는 곳은 어디입니까?

- ① 제주시 () ② 서귀포시 () ③ 북제주군 () ④ 남제주군 ()

35. 성별은 무엇입니까?

- ① 남 () ② 여 ()

36. 몇 학년입니까?

- ① 1학년 () ② 2학년 () ③ 3학년 ()

37. 가정생활 수준은 어디에 속한다고 생각하십니까?

- ① 상류층 () ② 중류층 () ③ 하류층 ()

38. 보호자의 직업은 어디에 해당합니까?

- ① 공무원(교사 포함) () ② 회사원 () ③ 상업(서비스업포함) ()
④ 농·수산업 () ⑤무직 ⑥ 기타 ()

39. 용돈은 어떻게 받고 있습니까?

- ① 매일 () ② 일주일 단위로 () ③ 한달 단위로 ()

④ 필요한때마다 ()

40. 용돈 기입장은 쓰고 있습니까?

- ① 매일 쓴다. () ② 꼭 필요한 때만 쓴다. ()

③ 생각날 때만 쓴다. () ④ 안 쓴다. ()

