



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

청소년소비자의
용돈관리행동에 관한 연구

제주대학교 교육대학원

가정교육전공

오다연

2017년 8월

청소년소비자의 용돈관리행동에 관한 연구

지도교수 김 정 숙

오 다 연

이 논문을 교육학 석사학위 논문으로 제출함.

2017년 6월

오다연의 교육학 석사학위 논문을 인준함.

심사위원장 (印)

위 원 (印)

위 원 (印)

제주대학교 교육대학원

2017년 6월

목 차

국문초록	iv
I. 서론	1
II. 이론적 배경	3
1. 청소년소비자	3
1) 청소년소비자의 개념	3
2) 청소년소비자의 특성	3
2. 용돈과 용돈관리역량	5
1) 용돈의 개념	5
2) 용돈관리역량의 개념과 구성요인	6
3. 용돈관리행동	11
1) 용돈관리행동의 개념	11
2) 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인	12
(1) 인구사회학적 특성	12
(2) 용돈 관련 특성	14
(3) 자아존중감	14
(4) 소비자사회화	16
(5) 용돈관리역량	21
III. 연구방법 및 절차	23
1. 연구문제 및 연구모형	23
2. 연구대상 및 자료수집	24
3. 측정도구	25
4. 분석방법	29

IV. 분석결과 및 해석	30
1. 조사대상자의 일반적 특성	30
2. 청소년소비자의 용돈 사용 실태	32
3. 청소년소비자의 소비자사회화	36
1) 일반적 특성에 따른 소비자사회화의 차이	36
2) 소비자사회화에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력	40
4. 청소년소비자의 용돈관리역량	42
1) 일반적 특성에 따른 용돈관리역량의 차이	42
2) 용돈관리역량에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력	46
5. 청소년소비자의 용돈관리행동	49
1) 일반적 특성과 용돈관리역량에 따른 용돈관리행동의 차이	49
2) 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력	52
6. 청소년소비자의 용돈관리행동 영향 요인들의 인과적 효과	54
V. 결론 및 제언	57
참고문헌	60
Abstract	67
부록	71
1. 독립변수들의 상관관계	72
2. 인구사회학적 특성에 따른 용돈 사용 실태의 차이	73
3. 일반적 특성에 따른 자아존중감의 차이	81
4. 소비자사회화에 따른 용돈관리역량과 용돈관리행동의 차이	82
5. 설문지	83

표 목차

<표 1> 자아존중감 측정도구	25
<표 2> 소비자사회화 측정도구	26
<표 3> 용돈관리역량 측정도구	28
<표 4> 용돈관리행동 측정도구	28
<표 5> 조사대상자의 일반적 특성	31
<표 6> 청소년소비자의 용돈 사용 실태	34
<표 7> 용돈 사용 순위	35
<표 8> 일반적 특성에 따른 소비자사회화의 차이	39
<표 9> 소비자사회화에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력	41
<표 10> 일반적 특성에 따른 용돈관리역량의 차이	45
<표 11> 용돈관리역량에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력	48
<표 12> 일반적 특성과 용돈관리역량에 따른 용돈관리행동의 차이	51
<표 13> 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력	53
<표 14> 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 인과적 효과	56

그림 목차

<그림 1> 소비자사회화 개념적 모델	16
<그림 2> 연구모형	23
<그림 3> 용돈관리행동 관련 요인들의 경로모형	54

<국문초록>

청소년소비자의 용돈관리행동에 관한 연구

오 다 연

제주대학교 교육대학원 가정교육전공

지도교수 김정숙

이 연구는 제주지역 중학생을 대상으로 청소년소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력과 인과적 효과를 분석하고자 한다. 이러한 연구 결과는 제주지역 청소년소비자의 용돈 사용 실태를 파악하고, 청소년소비자의 합리적인 용돈관리행동을 증진시키기 위한 소비자교육 프로그램을 개발하는데 기초 자료를 제공하게 될 것이다.

제주지역 1~3학년 중학생을 대상으로 2017년 3월 21일~4월 3일까지 700명에게 설문지를 배부하였으며, 668부가 회수되었다. 부실 기재된 52부를 제외하고 총 616부를 최종 분석 자료로 사용하였으며, 자료 분석은 SPSS 18.0 프로그램을 활용하여 빈도와 백분율, t-test, ANOVA, Sheffe의 다중범위 검증, 피어슨의 적률 상관관계분석, 다중회귀분석, 경로분석 등의 분석방법을 이용하였다.

이 연구의 주요 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 중학생의 월평균용돈은 42,000원이었고, 46.1%의 중학생들이 부모님께서 용돈금액을 결정하고 있었다. 용돈은 필요할 때마다 수시로 받는 경우가 40.4%로 많았으며, 용돈은 주로 간식비, 교양오락비에 사용하고 있었다. 부모님이 용돈 사용결과를 확인하는 경우는 59.1%였으며, 64.9%의 중학생이 저축을 하고 있었다. 용돈통장을 가지고 있는 중학생은 42.5%였고, 부모님께서 용돈통장을 만들어주신 경우(79.8%)가 대부분이었으며, 용돈통장을 가진 학생 중 22.5%가 현금카드를 가지고 있었다.

둘째, 청소년소비자의 용돈관리역량에서 용돈관리지식은 가계소득이 많을수록, 용돈관리 교육 필요성을 높게 인식할수록, 부모와의 소비자사회화 수준이 높을수록 높았으며, 용돈관리태도는 용돈 만족도와 자아존중감이 높을수록, 부모·학교와의 소비자사회화 수준이 높을수록, 용돈관리 교육 필요성을 높게 인식할수록, 친구·대중매체와의 소비자사회화 수준이 낮을수록 높았다. 용돈관리기능은 용돈 만족도와 자아존중감이 높을수록, 부모·학교와의 소비자사회화 수준이 높을수록 높았다.

셋째, 청소년소비자의 용돈관리행동은 용돈통장을 가지고 있는 청소년소비자가, 가계소득이 많을수록, 용돈 만족도가 높을수록, 부모·대중매체·학교와의 소비자사회화 수준이 높을수록, 용돈관리태도와 용돈관리기능이 높을수록 용돈관리행동을 잘하고 있었다.

넷째, 청소년소비자의 용돈관리행동에 가장 큰 인과적 영향을 미치는 요인은 용돈관리기능이었으며, 간접적으로는 자아존중감이 가장 큰 영향을 미치고 있었다. 또한, 성별, 용돈통장 유무, 부모·대중매체·학교와의 소비자사회화는 용돈관리행동에 직접적인 영향뿐만 아니라, 용돈관리태도와 용돈관리기능을 통하여 간접적으로도 유의한 영향을 미치고 있었으며, 가계소득, 용돈관리 교육 필요성 인식, 자아존중감은 청소년소비자의 용돈관리행동에 직접적으로는 유의한 영향을 미치지 않았으나, 소비자사회화 작용인, 용돈관리태도와 용돈관리기능을 통하여 간접적으로는 유의한 영향을 미치고 있었다. 이러한 결과를 통해, 가계소득, 용돈관리 교육 필요성 인식, 자아존중감은 청소년소비자의 용돈관리행동에 매개요인으로 작용하고 있음을 알 수 있다.

이상의 결과를 바탕으로 청소년소비자의 용돈관리행동을 증진시키기 위한 소비자교육의 내용과 방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 용돈관리역량은 청소년소비자의 용돈관리행동에 중요한 영향을 미치는 요인이므로, 청소년소비자의 용돈관리역량을 강화시키기 위한 교육 프로그램의 개발이 요구된다. 또한, 용돈관리기능과 용돈관리태도가 청소년소비자의 용돈관리행동에 많은 영향을 미치고 있었으므로, 청소년소비자의 용돈관리행동을 증진시키기 위해서는 바람직한 용돈관리태도를 형성하고 용돈관리를 하는데 적용하고

실천할 수 있는 방안을 제시해주는 소비자교육이 효과적일 것으로 사료된다.

둘째, 청소년소비자들은 용돈관리와 관련된 부모·대중매체·학교와의 소비자사회화 수준이 높을수록 바람직한 용돈관리행동을 보이고 있었다. 따라서 가정에서의 용돈관리교육이 좀 더 체계적으로 행해질 수 있도록 학부모를 대상으로 한 소비자교육 지원과 실시가 요구되며, 대중매체는 청소년소비자의 용돈관리에 도움이 되는 정보 제공과 용돈과 관련된 프로그램 개발이 필요할 것으로 보인다. 또한, 학교에서는 청소년소비자의 용돈관리역량 강화와 용돈관리행동을 증진시키기 위하여 학생들에게 용돈관리와 관련된 다양한 교육 기회와 경험을 제공하려는 노력이 필요할 것이다. 이렇게 부모·학교·대중매체가 연계되어 청소년소비자의 용돈관리교육을 위한 상호 보완적인 역할을 담당한다면 그 교육 효과가 더욱 향상될 것으로 기대된다.

셋째, 용돈통장을 가지고 있는 청소년소비자가 용돈관리행동을 더 잘하고 있는 것으로 나타나, 용돈통장이 청소년소비자의 계획적인 용돈관리와 사용에 도움을 주고 있음을 알 수 있다. 따라서 가정과 학교에서는 청소년소비자들이 용돈통장을 활용하여 합리적으로 용돈을 관리할 수 있도록 지도가 필요할 것으로 보인다.

넷째, 자아존중감이 높을수록 부모와의 소비자사회화 수준, 용돈관리태도, 용돈관리기능 수준 모두 높아져 바람직한 용돈관리행동을 보이는 것으로 나타났다. 따라서 청소년소비자의 자아존중감을 향상시켜 용돈관리역량과 용돈관리행동을 증진시킬 수 있도록, 청소년의 자아존중감 향상을 위한 프로그램 개발이 요구된다.

이 연구의 결과는 청소년소비자의 용돈관리역량에 대한 후속연구와 청소년소비자의 합리적인 용돈관리행동을 증진시키기 위한 소비자교육 프로그램을 개발하는데 기초자료를 제시했다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있다.

주제어 : 청소년소비자, 자아존중감, 소비자사회화, 용돈관리역량, 용돈관리행동

I. 서론

우리 사회에서 금전은 일상생활에서 필요한 재화나 용역을 구입하는 수단이며, 개인의 생활, 태도, 정서, 심리적 안정 등에까지 영향을 주기 때문에 매우 중요하다(이기춘 외, 1995). 이러한 경제 활동의 수단인 금전은 청소년들에게 용돈이라는 형태로 주어진다. 청소년기의 용돈은 개인의 흥미와 기능 신장을 비롯한 사회적인 활동을 보장하기 위해 필요하고(채정애, 1983), 청소년들은 용돈 사용 경험을 통해 금전이 지니는 특수성과 한계, 금전 관리 능력을 기를 수 있다(양희서, 2007).

한국 아동·청소년 종합실태조사(2009)에서 우리나라 아동·청소년의 용돈 제공 여부를 조사한 결과, 9~11세 65.5%, 12~18세 85.3%가 용돈을 받는 것으로 나타났다. 월평균가계소득 수준이 클수록, 지역규모가 작을수록 용돈을 제공한다는 응답 비율이 높게 나타났다. 청소년금융교육협의회에서 용돈관리 분야를 담당하는 이복순, 이유정 연구원은 어릴 때부터 적은 돈을 관리할 수 있어야 나중에 큰 돈을 관리할 수 있다고 하였으며, 학년이 높아질수록 용돈주기를 늘려가는 것이 좋다고 하였다(여성조선 2017.04.13). 이처럼 청소년기의 용돈은 금전에 대한 올바른 개념과 가치관을 키워줄 수 있는 훌륭한 수단이기 때문에 그 중요성이 매우 크다. 따라서 가정에서는 청소년 스스로 용돈을 책임감 있게 관리할 수 있는 기회를 제공하는 것이 바람직하다.

그러나 청소년들은 금전에 대한 바람직한 가치관이 형성되기 이전에 용돈을 사용하므로 금전의 가치나 소중함을 인식하지 못하거나, 용돈금액, 용돈주기, 가정의 소비생활 형태 등에 따라 바람직하지 못한 용돈관리행동이 나타나기도 한다(양희서, 2007). 또한, 근래의 소비환경은 대중매체의 무분별한 광고로 청소년 소비자들의 소비를 부추기고 있으며, 청소년소비자들은 소비생활에 대한 지식과 경험이 부족하고, 또래의 유행에 민감한 소비 특성으로 인하여 비합리적 소비행태를 보인다(권경자, 2007). 청소년기 용돈관리행동의 경험들은 성인기의 소비행동 유형을 결정하며, 청소년기에 형성된 소비 가치관과 태도는 성인이 되어서도 그대로 이어질 뿐만 아니라 사회와 국가에도 영향을 미치게 된다. 이처럼 청소년기

용돈관리행동은 성인이 된 후, 올바른 소비자 역할을 수행하는데 밑거름이 되기 때문에 청소년들을 미래의 현명한 소비자로 육성하기 위해서는 소비자 역할의 기초가 되는 용돈관리행동을 향상시켜 주는 것이 무엇보다 중요하다. 또한, 이를 위하여 청소년소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들을 다각도로 분석할 필요가 있다.

청소년소비자의 용돈관리와 관련된 국내 선행연구를 살펴보면, 용돈 사용 실태를 중점적으로 살펴본 연구(유재경, 1998; 성화선, 1999; 전귀례, 2005)들이 많았으며, 용돈 관련 특성이 용돈관리행동에 미치는 영향력을 분석한 연구(장금옥, 2003; 홍명희, 2004; 양희서, 2007)들도 있었다. 또한 부모와 어머니의 영향력이 용돈관리행동에 미치는 영향력을 살펴본 연구(채정애, 1983; 정희자, 1987; 이승신·유재경, 2000; 곽일심, 2004; 조은주, 2006; 전미선, 2007)들이 많이 이루어져 왔다. 하지만, 청소년소비자의 소비자사회화 과정을 보다 체계적으로 밝히기 위해서는 부모와의 상호작용뿐만 아니라 친구, 대중매체, 학교 등이 청소년소비자의 용돈관리에 미치는 영향과 상호연관성에 대하여 종합적으로 살펴볼 필요가 있다.

지금까지 많은 연구에서 청소년소비자의 용돈관리행동의 중요성을 거듭 강조해왔으나, 청소년소비자들의 용돈관리 지식·태도·기능과 관련된 용돈관리역량에 대한 선행연구는 거의 없는 실정이다. 청소년소비자들이 복잡하고 급변하는 소비환경 속에서 현명한 의사결정과 합리적인 용돈관리행동을 증진시키기 위해서는 용돈관리역량을 강화시키기 위한 노력이 필요하다고 보인다.

이에 이 연구에서는 제주지역 중학생을 대상으로 용돈 사용 실태를 파악하고, 청소년소비자의 용돈 관련 특성, 자아존중감, 소비자사회화, 용돈관리역량 등 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력과 인과적 효과를 분석하고자 한다. 이러한 연구결과는 가정과 학교에서 청소년소비자의 합리적인 용돈관리를 위한 소비자교육을 실시하거나 소비자교육 프로그램을 개발하는데 기초자료를 제공하게 될 것이다.

II. 이론적 배경

1. 청소년소비자

1) 청소년소비자의 개념

청소년소비자(Adolescent Consumer)는 연령이나 생활주기에 따라 분류된 소비자 유형의 하나로(채정숙 외, 2008), 청소년소비자의 범위를 어떻게 보느냐는 학자들마다 다른 견해를 보인다.

우리나라 청소년기본법 제 3조에서는 9세에서 24세 이하인 사람을 청소년으로 정의하고 있으며, 발달심리학적 측면에서는 청소년기란 아동기가 끝나는 약 12세부터 23~24세까지를 뜻하며, 사춘기를 기점으로 하여 그 이후 약 10년간을 포함하는 시기를 말한다(김혜선 외, 2002). 인구통계학적 요인인 연령별로 소비자유형을 분류할 때는 통상적으로 13~18세의 중·고등학생을 청소년이라고 일컫고 있다(채정숙 외, 2008). 청소년을 대상으로 한 대부분의 연구(권미화, 2000; 오진숙, 2007; 양희서, 2007; 소영하·한유진, 2013)에서는 13~18세의 중·고등학생을 청소년소비자로 보고 있었으며, 박영미(2015)는 신체적·심리적 발달단계를 고려하여 초등학교 고학년(5~6학년)을 청소년전기, 중학교를 청소년중기, 고등학교를 청소년후기로 구분하였다. 이 연구에서는 13~18세의 중·고등학생 시기에 해당하는 청소년을 청소년소비자로 정의하였으며, 1~3학년 중학생을 연구대상으로 하였다.

2) 청소년소비자의 특성

소비자 발달단계에서 보았을 때 청소년소비자는 아동소비자와 성인소비자 중간에 위치한 과도기적 소비자로서 개성이 뚜렷한 생활양식과 소비특성을 갖는다(채정숙 외, 2008). 과거에는 청소년소비자를 가족 소비의 의존자로 생각한 반면, 오늘날에는 청소년소비자의 자유재량 소비액이 늘고, 소비의 관심영역이 의류·화장품 등 패션산업과 오락·영화 등 엔터테인먼트 산업으로 확대되면서 적극적인 소비주체로서의 역할을 담당하고 있다(오진숙, 2007). 그러나 청소년소비자는 소비

생활에 대한 지식과 경험이 부족하고, 불안정한 심리적 특성으로 인하여 소비에 대한 합리적인 판단 능력이 결여되어 있다(소영하·한유진, 2013). 또한, 청소년소비자들은 기업의 마케팅 활동과 광고의 영향 등으로 인하여 다음과 같은 소비행동 특성을 보인다.

첫째, 청소년소비자의 가장 특징적인 소비 특성으로 모방소비를 들 수 있다. 모방소비란 또래의 유행이나 연예인 등의 소비행동을 그대로 따라하는 소비행태를 말한다. 이처럼 개인의 필요와 선호에 의한 소비가 아닌, 또래들과 같은 상표의 제품을 구입하거나 대중매체의 스타가 광고하는 제품을 구매하려는 욕구는 준거 집단에서 소외되지 않으려는 욕구에서 나타난 수동적 소비행동이다(박영미, 2015). 이에 화장품과 패션의류 등의 업계에서는 연예인을 동경하는 청소년소비자의 심리를 이용한 스타마케팅 기법을 도입하여 청소년소비자들의 모방소비를 부추기기 위한 소비환경을 조성하고 있다(권미화, 2000).

둘째, 청소년소비자는 소비행동 전 과정에서 직관적이고 충동적인 판단에 의존하는 충동구매 성향을 보인다. 청소년들의 즉흥적이고 충동적인 소비성향은 광고와 대중매체에서 선보이는 신제품을 구매하게 만들고 새로운 상품을 계속 추구하는 모습을 보인다(박영미, 2015). 홍은실(2005)의 연구에서도 중·고등학생이 대학생보다 충동구매를 더 많이 하는 것으로 나타났다.

셋째, 청소년소비자는 과시소비성향이 강하다. 대표적인 과시소비 행태는 브랜드 제품과 외제품 구매 선호로 나타난다(오진숙, 2007). 청소년소비자들이 브랜드를 따라 상품을 구매하는 것은 상품이 지니는 이미지와 상징성을 통해 자신을 다른 모습으로 나타내기 위한 것이다. 이러한 제품의 지위 상징성을 인식하는데 있어서는 친구, 연예인과 같은 준거집단의 영향을 가장 많이 받으며, 물질주의 가치관, 무조건적인 광고의 수용태도 등에 의한 것으로 나타났다(채정숙 외, 2008). 권미화(2000)의 연구에서는 용돈 액수가 많고, 친구와 연예인의 영향을 많이 받는 청소년소비자가 과시적 가치 성향이 높은 것으로 나타났다.

이상의 내용을 종합하면 청소년소비자는 과도기적 소비자로서 비합리적인 소비행동을 하는 경향이 있다는 것을 알 수 있다.

2. 용돈과 용돈관리역량

1) 용돈의 개념

용돈이란 ‘개인이 날마다 잡용으로 쓰는 돈, 또는 특별한 목적을 갖지 않고 자유롭게 쓸 수 있는 돈’을 의미한다(이희승, 1995).

곽일심(2004)은 부모님이나 가족들로부터 제공받은 돈이나 아르바이트를 통해 스스로 번 돈을 포함하여 청소년소비자가 스스로 소비·저축하거나 임의로 지출할 수 있는 돈을 용돈이라고 보았다. 이승신·유재경(2010)은 용돈이란 청소년들이 부모님이나 가족, 친지에게서 받은 돈과 스스로 벌어서 생긴 금전으로 본인이 자율적으로 사용할 수 있는 돈으로써, 자신의 용돈으로 구입하는 의류비, 학용품비, 교양·오락비, 교통·통신비, 개인저축 등이 포함된다고 정의하였다.

한은하(1991)는 용돈과 금전을 서로 교환적인 용어로 사용하였는데, 두 용어의 개념을 구분해보면 용돈이란 본인의 자유재량권이 부여되어 임의로 처분할 수 있는 자금으로 정의하였고, 금전이란 용돈을 포함하여 본인의 의사와는 전혀 상관없이 학교 납부금, 학교 저축, 교과서 대금 등에 지출되는 돈으로 보았다(지한규, 2004). 양희서(2007)는 용돈을 소비하거나 저축하는 등 학생 자신이 임의로 지출할 수 있는 돈으로써, 통학에 소요되는 교통비, 급식비, 참고서 대금 등과 같이 자신의 의사와는 관계없이 지출되는 돈은 제외하고, 자신의 의사에 의한 의류 구입비, 간식이나 기타 취미활동에 소요되는 비용, 개인 저축 등 마음대로 쓸 수 있는 돈으로 정의하였다.

용돈의 출처에 따라 Nickell과 Dorsey(1967)는 부모로부터 정기적으로 받는 용돈(allowance)과 부정기적으로 받는 용돈(dole), 친척, 기타 가족으로부터 예상 외로 받는 용돈(gift), 스스로 벌어서 쓰는 용돈(earning)으로 구분하였다.

이와 같은 선행연구를 기초로 이 연구에서는 용돈이란 청소년이 부모, 친지, 기타 가족들에게 받거나 스스로 번 돈을 포함하여, 자유롭게 소비·저축·지출할 수 있는 돈으로 정의하였다.

2) 용돈관리역량의 개념과 구성요인

용돈관리역량은 보다 넓은 범위인 ‘역량’, ‘소비자역량’ 및 ‘재무관리역량’에 관한 문헌고찰을 통해 연구자가 정의 하였다.

먼저 역량에 대한 사전적 의미는 “어떤 일을 해낼 수 있는 힘”을 의미한다(국립국어원 표준국어대사전). 이러한 ‘역량(competency)’은 본래 직업 훈련이나 교육학 분야에서 사용되어 온 용어이나, 최근 들어 소비자학과 같이 근본적으로 인간과 생활에 관심을 갖는 학문 영역에서도 주목을 받고 있다(김정현, 2011).

지금까지 다수의 소비자학 관련 연구에서는 소비자역량과 소비자능력이 유사한 의미로 사용되어 왔다. 공정거래위원회(2008)는 소비자역량이란 “소비자 역할을 올바르게 수행할 수 있는 힘으로서, 능력보다 범위가 넓고 전인적·내재적 차원의 함의를 가지는 개념”이라고 하였다. 즉, 능력이 어떤 과업을 실제로 해낼 수 있는 실질적이고 기능적인 자질을 가리킨다면 역량은 더욱 발전된 방향으로 나아갈 수 있는 잠재성과 가능성을 강조하는 것이다(배순영·천현진, 2010).

한국소비자원의 ‘2010 소비자역량의 측정 및 평가’ 연구(배순영·천현진, 2010)에서는 소비자역량을 변화하는 소비환경 속에서 현명하고 지속가능한 소비생활을 영위하기 위해 소비자가 갖추어야 할 잠재적·실천적 능력이라고 정의하였고, 소비자역량의 내용으로는 금융역량, 거래역량, 시민역량의 3개 대영역으로 구성하였다. 금융역량은 “소비자가 장·단기적으로 안정적인 경제생활을 영위하기 위해 필요한 자원을 효율적으로 관리하는지 여부”를 의미하고, 거래역량은 “소비자가 시장에서 합리적이고 안전한 과정을 거쳐 자신의 소비 목표를 달성하는지 여부”를 의미하며, 시민역량은 “소비자가 자신의 정당한 권리를 누리며 동시에 자신의 사회적 책임을 성실하게 이해하면서 소비사회에의 적응 여부”를 의미한다(배순영·천현진, 2010).

이기춘·김정은(2012)은 소비자역량을 세부 영역별로 소비자거래역량, 소비자재무역량, 소비자주의역량의 세 가지 영역으로 이루어져 있다고 하였다. 소비자거래역량은 “합리적인 거래를 할 수 있는 관련 지식과 바람직한 실천태도에 대한 역량”이며, 소비자재무역량은 “합리적인 재무관리에 필요한 지식과 바람직한 실천태도에 대한 역량”, 소비자주의역량은 “소비자의 권리행사 의식과 방법 등에 관한 지식과 윤리적 소비를 위한 바람직한 실천태도에 대한 역량”을 의미한다.

김정현(2011)은 소비자역량이란 “소비자가 경제활동의 장에서 적절하게 역할을

수행하고 경제 환경의 변화에 주체적으로 적응하며 자신의 소비목표를 달성할 수 있도록 하는 능력으로서 건전한 소비자역할을 수행할 수 있도록 하는 소비자의 태도, 지식, 기능의 총체”라고 정의하였으며, 소비자역량의 개념을 토대로 재무관리역량의 개념을 정의하였다. 즉, 소비자 재무관리역량이란 “금융환경에서 소비자가 금융소비자로서 적절하게 역할을 수행하고 변화에 주체적으로 적응하며 자신의 재무목표를 달성할 수 있도록 하는 능력으로서, 소비자 개인의 재무관리태도, 재무관리지식, 재무관리기능이 결합되어 건전한 재무관리행동을 할 수 있도록 하는 기제”를 의미한다.

이상의 내용을 종합하면, 청소년소비자를 대상으로 한 용돈관리역량에 관한 연구와 측정도구의 개발이 필요하다고 보여 진다. 따라서 이상의 내용을 기초로 이 연구에서는 용돈관리역량을 “청소년소비자가 스스로 자신의 용돈을 효율적·합리적으로 관리할 수 있는 능력으로서, 청소년소비자 개인의 용돈관리지식, 용돈관리태도, 용돈관리기능이 결합되어 바람직한 용돈관리행동을 할 수 있도록 하는 기제”라고 정의하였다. 또한, 용돈관리역량의 구성요인과 관련된 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

손지연·이경아(2014)는 소비자역량의 구성요인으로 측정이 용이한 외면적 요인(지식, 실천)과 측정이 어려운 내재적·잠재적 요인(태도, 동기, 자신감)으로 구분할 수 있다고 하였으며, 다수의 선행연구(김정현·최현자, 2012; 한가은, 2015)에서는 소비자 재무관리역량의 구성요인을 재무관리지식, 재무관리태도, 재무관리기능의 세 가지 요인으로 구성하고 있었다.

이상의 내용을 기초로 이 연구에서는 용돈관리역량의 구성요인을 용돈관리지식, 용돈관리태도, 용돈관리기능으로 구성하였으며, 청소년소비자의 용돈관리지식은 인지적 요인, 용돈관리태도는 정의적 요인, 용돈관리기능은 실천적 요인을 의미한다.

① 용돈관리지식

선행연구에서는 소비자지식과 재무관리지식 및 금융이해력이 소비행태에 미치는 영향력에 관한 연구들이 수행되어 왔다.

소비자지식은 소비자 능력을 구성하는 인지적 영역에 해당되는 것으로, 소비자가

합리적 판단력을 가지고 현명한 의사결정을 하기 위해 필요한 지식이다(박영미, 2015). 즉, 시장에서 소비자가 효율적인 역할을 수행하기 위해 이해해야 할 사실, 개념 등을 의미한다(서은숙·장윤옥, 2008). 이러한 소비자지식은 전통적으로 금전 관리와 구매지식을 중심으로 이루어졌으나, 오늘날에는 소비자 의사결정을 위한 지식, 경제제도에 있어서의 지식, 소비자의 권리와 역할에 대한 지식 등으로 그 내용이 확대되고 있다(정미정, 2007).

우리나라는 2003년부터 청소년을 대상으로 금융이해력 지수를 측정하고 있다. 금융이해력 지수란 개인의 일상적인 금융거래에 대한 이해와 금융지식의 실제 활용능력 수준을 의미한다(금융감독용어사전, 2011). 금융감독원이 후원하고 (사)청소년금융교육협의회가 주관하는 금융이해력 측정은 청소년의 금융지식 수준을 파악하고, 금융이해력이 부족한 영역을 규명하여 향후 체계적인 금융교육 방향을 설정하는 기초자료로 활용되고 있다.

김영균(2011)은 (사)청소년금융교육협회에서 2004년도에 중학생을 대상으로 실시한 금융이해력 측정 문항을 사용하여 연구를 진행하였으며, 연구 결과 중학생의 금융이해력 수준은 100점 만점에 평균 55.19점으로 나타났다. 또한, 중학생들은 금융이해력의 하위영역 중 화폐관리의 이해 영역이 가장 낮은 수준을 보였으며, 이러한 결과는 소비자 재무관리 중 예산의 이해와 합리적인 구매의사결정 선택의 이해, 소비자피해구제신청에 관한 이해 등이 부족함을 알 수 있었다.

한가은(2015)은 김정현(2011)이 개발한 소비자 재무관리역량 척도를 대학생들에게 맞게 구성하였으며, 재무관리역량의 구성요소인 재무지식이란 재무적인 상황에 대해 제대로 이해하고 능숙하게 다루는 역량으로 정의하였다.

이상의 연구를 기초로 이 연구에서는 용돈관리지식을 청소년소비자가 용돈을 효율적·합리적으로 관리하기 위하여 이해해야 할 기초지식과 개념으로 정의하였으며, 용돈관리와 관련되는 예산, 소비(지출), 저축, 지불수단 등에 대한 지식을 포함하였다.

② 용돈관리태도

태도란 일정한 대상에 대해 지속적으로 호의적 또는 비호의적인 반응을 보이는 것으로 일종의 학습된 경향을 말한다(박영미, 2015). 따라서 태도는 비교적 오랜

기간 동안 지속되고, 행동하도록 동기를 부여하여 사람이 행동을 익히고 방향을 결정하는데 도움을 준다(고대영, 2012).

청소년소비자의 소비자태도와 관련된 선행연구들은 소비자태도를 소비자역할태도의 개념으로 정의하였다(박순덕, 1999; 박지연, 2007; 박영미, 2015). 소비자역할태도란 소비자능력의 정의적 영역으로, 소비자가 어떠한 소비현상에 대해 지속적으로 가지는 긍정적 혹은 부정적인 신념을 의미한다(이기춘, 1985). 과거 소비자의 역할태도는 구매행동에 국한되었지만, 소비자연구 영역이 확대되면서 구매행동, 금전관리, 소비자 시민성, 소비자 권리·의무, 친환경 소비생활 등으로 범위가 확대되고 있다(박영미, 2015).

이상의 연구를 기초로 이 연구에서는 용돈관리태도를 청소년소비자가 용돈관리에 대하여 갖는 호의적 또는 비호의적인 반응으로써, 용돈관리와 관련된 지식의 적용 및 기술 수행을 위하여 준비된 마음가짐이나 자세로 정의하였으며, 예산, 소비(지출), 저축, 용돈관리 등에 대한 태도를 포함하였다.

③ 용돈관리기능

소비자기능은 소비활동의 장에서 적절하게 역할을 수행할 수 있도록 하는 소비활동에 대한 응용적·실천적 영역을 의미한다. 따라서 실천적 요인으로서의 소비자기능은 결과적으로 행동을 이끌어 내는 직접적 요인이 될 수 있다(김정현, 2011). 이기춘(1985)은 소비자기능을 지식의 응용 및 실천적 영역으로 파악하고, 크게 금전관리와 구매기능으로 분류하였으며, 문숙재와 김지희(1989)는 소비자기능을 실천적 영역인 지식의 응용 및 실행 개념의 정도를 파악하는 것으로써 구매·금전관리·물품관리기능으로 분류하였다. 또한, 정지영(2003)은 소비자기능이란 경제의 소비부문에서 소비자가 현명한 역할을 수행하기 위하여 갖추어야 하는 기능으로써, 금전관리·구매·사용·처분기능으로 구분하였다.

박영미(2015)는 청소년소비자의 소비자기능을 구매의사결정 단계별과 금전관리기능으로 분류하였으며, 금전관리 기능의 측정요소로는 계획적인 용돈 사용기능과 용돈기입장 기록 기능을 포함하였다. 이처럼 과거에는 소비자는 곧 구매자라는 인식으로 소비자기능이 구매기능에 한정되었지만, 최근에는 자원의 획득과 배분, 구매, 사용, 처분, 금전관리 기능으로까지 그 의미가 확장되었다.

재무관리기능이 대학생의 재무관리행동에 미치는 영향을 파악한 한가은(2015)의 연구에서는 재무관리기능을 “광범위한 재무적 상황에 지식을 적용하는 역량으로, 사람들로 하여금 그 어떤 재무적 문제라도 계획·관리·해결하는 것이 가능하도록 하는 것”이라고 정의하였다.

이상의 연구를 기초로 이 연구에서는 용돈관리기능이란 청소년소비자가 용돈을 효율적·합리적으로 관리할 수 있도록 하는 실천적 영역으로써, 용돈관리에 있어서의 기술(skill), 지식의 응용이라고 정의하였으며, 예산, 소비(지출), 저축, 용돈 관리 등에 대한 기능을 포함하였다.

3. 용돈관리행동

1) 용돈관리행동의 개념

용돈관리행동이란 용돈을 사용함에 있어 계획, 실행, 평가 등에 관한 행동을 뜻하며(양희서, 2007), 청소년소비자들은 개인의 욕구 충족과 목표 달성을 위하여 용돈을 효율적으로 활용하는 일련의 의사결정 과정을 거친다(장금옥, 2003).

최영아(2006)는 용돈관리행동이란 자신의 용돈 범위 내에서 수입에 맞추어 지출할 수 있도록 계획을 세우고, 계획한 예산 범위 내에서 효율적으로 지출하고, 이에 대한 내용을 기록·검토하는 것이라고 보았으며, 권경자(2007)와 이승신·유재경(2010)은 용돈관리행동을 개인이 임의로 처분할 수 있는 용돈을 관리하는 행동으로 보았으며, 용돈 사용을 계획하는 계획성, 용돈지출을 실행에 옮기는 실행성, 지출한 용돈 사용에 대한 평가가 이루어지는 평가성에 관한 행동이라고 정의하였다. 또한, 곽일심(2004)은 용돈 사용행동이란 청소년소비자가 임의로 지출할 수 있는 용돈을 관리하는 실제 행동으로 용돈을 사용하기 전 단계에서부터 실제 사용단계, 사용 후 단계까지로 용돈 사용 계획영역, 실행영역, 사용 후 평가영역을 포함하는 개념이라고 정의하였다.

이상의 연구를 기초로 이 연구에서는 용돈관리행동을 개인이 자유롭게 처분할 수 있는 용돈을 관리하는 실제적인 행동으로, 용돈을 사용함에 있어 계획, 실행, 평가에 관한 행동이라고 정의하였다. 계획행동이란 용돈을 합리적으로 관리하기 위한 사용 방식을 미리 설계하는 것으로, 이 연구에서는 용돈 사용 전 지출계획, 예상하지 못한 용돈에 대한 지출계획으로 구분하였다. 실행행동은 용돈을 지출하여 행동으로 옮기는 행위를 의미하며, 이 연구에서는 계획된 지출의 실행, 용돈 범위 내 지출, 비교 구매행동, 필요한 물건구매, 용돈기입장 기록, 저축으로 구분하였다. 평가행동이란 용돈의 계획과 목표에 따른 지출 평가에 관한 행동으로, 자신의 전반적인 용돈관리행동에 대해 반성·평가·피드백 하여 다음 용돈 계획에 반영하는 행동으로 구분하였다.

2) 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인

(1) 인구사회학적 특성

① 성별

다수의 연구에서 여학생이 남학생보다 용돈관리행동 수준이 높은 것으로 나타나(성화선, 1999; 홍명희, 2004; 양희서, 2007), 남학생이 여학생보다 용돈관리행동 수준이 높게 나타난 연구결과(곽일심, 2004)와 유의한 차이가 나타나지 않은 연구들도 있었다(조은주, 2006; 권경자, 2007). 이처럼 성별에 따른 용돈관리행동은 일치된 결과를 나타내지는 않았지만, 용돈관리행동에 유의한 영향을 미치는 변인임을 알 수 있다.

② 학년

최영아(2006)의 초등학생을 대상으로 한 용돈관리행동 연구에서는 저학년에 비해 고학년이 용돈 사용 계획을 더 잘하는 것으로 나타난 반면, 중학생을 대상으로 한 양희서(2007)의 연구에서는 1학년 학생들이 3학년 학생들보다 용돈관리행동을 더 잘하는 것으로 나타났으며, 중·고등학생의 용돈관리행동을 비교한 성화선(1999)의 연구에서는 중학생이 고등학생보다 용돈을 계획적·합리적으로 관리하는 것으로 나타났다. 이기춘(1985)과 조은주(2006)의 연구에서는 학년에 따라 금전관리행동에 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 학년에 따른 용돈관리행동은 성별과 마찬가지로 일치된 결과를 나타내지는 않았지만, 용돈관리행동에 유의한 영향을 미치는 변인임을 알 수 있다.

③ 부모의 인구사회학적 특성

부모의 인구사회학적 특성으로는 부모의 연령, 학력, 직업을 들 수 있다.

이영옥(1990)의 연구에서는 어머니의 연령이 낮을수록 금전관리지도력이 높아지는 것으로 나타났고, 이승신·유재경(2010)의 연구에서는 어머니의 연령이 낮을수록 청소년소비자의 용돈관리행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 그러나 양희서(2007), 조은주(2006)의 연구에서는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

부모의 학력에 따른 용돈관리행동의 차이를 살펴보면, 양희서(2007), 홍명희(2004)의 연구에서는 부모의 학력이 대졸이상인 집단이 고졸이하인 집단보다 용돈관리행동을 더 잘하는 것으로 나타났다.

곽일심(2004)의 연구에서는 어머니 직업이 경영관리직인 경우, 용돈관리 계획·평가행동을 잘하는 것으로 나타났으며, 어머니 직업이 생산직인 경우에는 실행행동을 잘하는 것으로 나타났다. 홍명희(2004)의 연구에서는 어머니의 직업이 전문관리직인 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 금전관리행동을 잘하는 것으로 나타났으며, 조은주(2006)의 연구에서는 어머니의 직업이 판매 및 서비스직인 집단이 전업주부인 집단에 비해 금전관리행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 반면에 유재경(1998)의 연구에서는 어머니가 직업을 가지고 있지 않을 경우, 청소년의 용돈관리행동 수준이 더 높은 것으로 나타났다.

④ 가계소득

가계소득은 청소년소비자의 용돈 크기에 직접적인 영향을 미치는 요인으로 용돈관리행동에 큰 영향을 미친다(조은주, 2006). 성화선(1999)의 연구에서는 학생이 지각한 생활수준에서 생활수준이 높다고 인식한 학생들이 낮다고 인식한 학생들보다 대체로 용돈관리에 합리적이었다. 양희서(2007)의 연구에서도 청소년이 인식하는 가정의 사회경제적 계층 수준에 따른 용돈관리행동은 주관적 계층 의식을 중층 및 상층이라고 인식한 집단이 하층이라고 인식한 집단보다 용돈관리행동을 더 잘하는 것으로 나타났다.

반면 조은주(2006)의 연구에서는 월평균가계소득이 500만원 이상인 중학생의 경우, 계획성, 합리성, 전체 금전관리행동 수준이 모두 낮은 것으로 나타났으며, 월평균 가계소득이 낮을수록 중학생의 금전관리행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 권경자(2007)의 연구에서도 중학생의 배경변인에 따른 용돈관리행동의 차이를 검증한 결과, 월평균가계소득이 300만원 이하인 집단이 401만원 이상인 집단보다 용돈관리실행능력이 우수하게 나타났다.

(2) 용돈 관련 특성

용돈관련 특성이 용돈관리행동에 미치는 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

성화선(1999)은 부모가 용돈 사용결과를 자주 확인할수록 청소년의 용돈관리가 합리적으로 나타난다고 하였으며, 장금옥(2003)은 용돈통장 보유가 용돈관리 및 사용에 대한 자기평가를 강화시켜 중·고등학생의 계획적인 용돈관리 및 지출행태를 유발시킨다고 하였다.

조은주(2006)의 연구에서는 중학생의 월평균용돈과 용돈수령주기에 따라 용돈관리행동에 유의한 차이가 있었다. 용돈을 5만원 미만 받는 집단은 금전관리행동 수준이 높게 나타난 반면, 7만원 이상 받는 집단의 경우에는 금전관리행동 수준이 낮게 나타났다. 이승신·곽현정(2003)의 연구에서도 월평균용돈이 적을수록 용돈사용행동의 합리성이 높게 나타난다고 하였다. 또한 홍명희(2004)의 연구에서는 용돈 액수가 많을수록 금전관리가 잘 이루어지지 않는 것으로 나타났으며, 매달 정기적으로 용돈을 받는 학생들의 금전관리수준은 높은 것으로 나타났다.

곽일심(2004)의 연구에서는 월평균용돈과 용돈금액 결정방법이 용돈관리평가행동에 유의한 차이를 보였으며, 월평균용돈으로 2만원 이상~4만원 미만을 받는 집단과 부모님과 상의해서 용돈을 결정하는 집단이 용돈관리 평가행동을 더 잘하는 것으로 나타났다.

양희서(2007)의 연구에서는 월사용 용돈금액이 적은 집단이, 용돈을 충분하다고 느끼는 집단이, 자신의 용돈 사용 및 관리에 대하여 만족하는 집단이, 부모가 용돈 결과를 확인하는 집단이, 용돈관리교육이 필요하다고 느끼는 집단과 용돈관리 교육 경험이 있는 청소년들이 용돈관리행동을 더 잘하는 것으로 나타났다.

이러한 연구를 기초로 이 연구에서는 청소년소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 용돈 관련 특성으로 월평균용돈, 용돈금액 결정방법, 용돈주기, 용돈금액 인식, 용돈 만족도, 부모의 용돈 사용결과 확인, 용돈관리 교육 필요성 인식, 용돈통장 유무 등 8가지를 포함하였다.

(3) 자아존중감

자아존중감(Self-Esteem)이란 자아개념의 평가적 측면으로 자신이 가치롭다고 평가한 부분을 의미하며(한국교육심리학회, 2000), 발달 과정 속에서 자신에 대한

개념을 형성하고 자신에 대해 긍정적 혹은 부정적인 가치를 부여하는 평가를 말한다(정옥분, 2006).

자아존중감은 많은 학자들에 의해 다양하게 정의되고 있다. Rosenberg(1965)는 자아존중감이란 자아에 대한 긍정적 혹은 부정적인 태도로써, 자기 존중 정도와 자신을 가치 있는 사람으로 생각하는 정도라고 정의하였다. Coopersmith(1967)는 자아존중감이란 개인이 평소에 자신에 대해 내리는 평가로, 자신을 능력 있고, 성공적이고 가치 있는 존재로 믿는 정도를 나타낸다고 하였다. 즉, 자아존중감이란 자신의 가치나 중요성에 대한 자신의 평가적 태도로 정의할 수 있다(김미리·김시월, 2010).

이러한 자아존중감은 인생의 전 시기에 걸쳐 형성되고 발달되지만, 자아에 대한 인식과 평가가 활발히 이루어지는 청소년기에 중요한 의미를 갖는다(김지영·이형실, 2010). 자아존중감이 낮은 청소년소비자는 주변의 상황에 민감하게 반응하며 내적 공허함을 잊기 위해 바람직하지 않은 소비행동을 할 가능성이 높게 나타난다(정지영, 2003). 이처럼 자아존중감은 개인의 정서, 태도 및 가치관 형성에 크게 영향을 미치는 동시에 개인의 행동 또는 목표지향적인 행동 과정에 영향을 미치는 하나의 심리적 요인으로 간주되고 있다(황경희, 2000).

Grable과 Joo(2001)는 자아존중감이 합리적인 소비행동과 정적인 상관이 있어 자아존중감이 높을수록 합리적인 소비행동을 많이 한다고 하였다(홍은실, 2005 재인용). 자아존중감과 소비행동의 관계에 대한 선행연구는 부정적 소비성향과 관련된 연구가 많이 이루어지고 있다. 편세린(1997)과 김영옥·서정희(2000)의 연구에서는 자아존중감이 낮을수록 소비주의 성향이 높아진다고 하였으며, 이민희(2008)는 자아존중감이 낮은 집단이 중간 또는 높은 집단에 비하여 소비지향적 태도가 높게 나타난다고 하였다. 또한 김정미(2000), 김민정(2001)의 연구에서는 자아존중감이 낮을수록 청소년의 충동구매 성향이 높은 것으로 나타났다. 이형실과 이은정(2004)의 연구에서는 청소년의 자아존중감이 낮을수록 과시소비성향이 높게 나타났으며, 청소년소비자에게 있어서 과시소비가 낮은 자아존중감을 북돋아주는 보상소비의 기제로 작용한다고 하였다.

김미리·김시월(2010)은 김재근(2005)이 개발한 자아존중감 척도를 이용하여 청소년소비자의 자아존중감과 소비행동의 관련성을 연구하였으며, 자아존중감이란

“자기 자신에 대해 어느 정도 평가하고 믿고 있는지를 나타내는 자아가치의 총체적 판단으로서, 하위 요인을 자기유능감, 자기가치감, 부모 및 가족 승인, 친구 및 타인승인, 정서적 안정감”으로 분류하였다. 연구결과 자아존중감의 자기유능감과 친구 및 타인 승인 정도가 높은 경우 소비행동의 실용성과 개성을 더 추구하였고, 정서적 안정감이 높은 경우 실용적인 소비행동을 추구하였다.

정지영(2003)의 연구에서는 자아존중감이 높은 청소년의 경우 가족의 소비자사회화가 활발히 이루어지고, 건전하고 합리적인 소비자기능을 수행한다고 하였다. 또한 자아존중감과 유사한 개념인 청소년의 자아정체감과 금전관리행동에 대하여 연구한 민경미(1995)의 연구에서는 자아정체감의 하위영역 중 안정성, 자기주장, 대인관계역할 인지 수준 등이 높을수록 금전관리행동이 높은 것으로 나타났다.

이상의 연구를 기초로 자아존중감이 청소년소비자의 바람직한 용돈관리행동에 영향을 미치는 중요한 변인임을 알 수 있었으며, 이 연구에서는 자아존중감을 자아개념의 평가적 측면으로 자기 존중 정도와 자신의 능력과 가치에 대한 판단이라고 정의하였다.

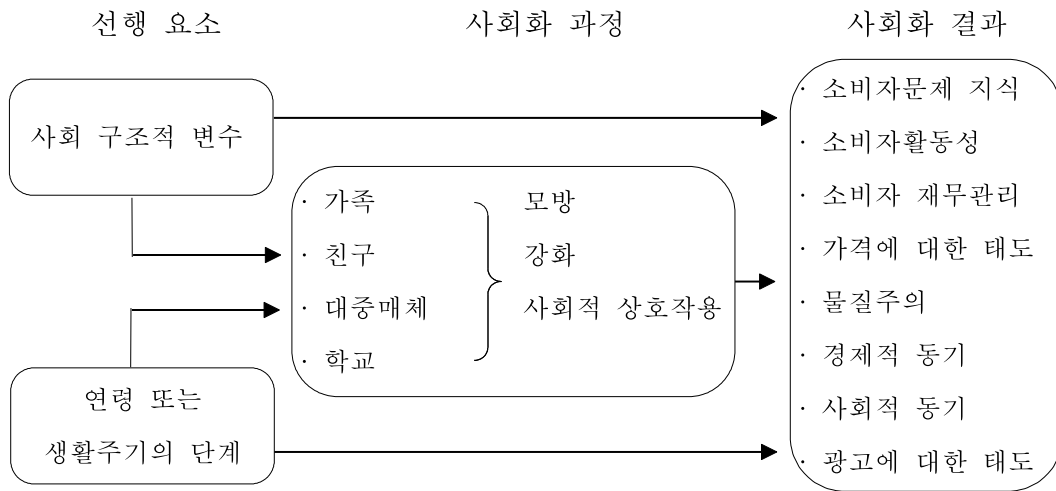
(4) 소비자사회화

① 소비자사회화의 개념

사회화(socialization)란 개인이 주변 환경과의 상호작용을 통해 사회적으로 인정된 가치체계, 규범, 사회에서 요구하는 행동양식을 습득해가는 과정이다(한지형, 2013). Ward(1974)는 이러한 사회화 개념을 처음으로 소비자행동연구에 적용시켜 소비자사회화 이론을 제시하였다. 소비자사회화(consumer socialization)란 개인이 환경에 적응하는 인지발달 과정뿐만 아니라, 주위환경요인과 상호작용을 거치는 사회학습과정으로, 시장 경제 내에서 소비자로서의 역할을 수행하는데 필요한 지식, 태도, 기능을 습득해나가는 과정을 말한다(Ward, 1974). 또한, 소비자사회화는 소비자로서의 지식, 태도, 기능 등을 계속적으로 개발시켜 나가기 때문에 전 생애에 걸쳐 이루어지는 과정이라고 할 수 있다(이기춘, 1999).

사회학습이론에 기초한 소비자사회화 연구는 Moschis와 Churchill(1978)에 의해 발달되었다. 사회학습이론에서는 사회화를 개인이 사회적 상황에서 사회화 작용

요인과 상호작용함으로써 발생하는 것으로 보고 있다(박영미, 2015). 이와 같은 내용을 기초로 Moschis와 Churchill(1978)은 소비자사회화의 개념적 모델을 <그림 1>과 같이 제시하였다.



<그림 1> 소비자사회화 개념적 모델

출처: Moschis·Churchill (1978), "Consumer Socialization: A Theoretical and Empirical Analysis", *Journal of Marketing Research*, 15, November, 599-609.

소비자사회화 과정은 사회화 작용인들과 학습자간에 발생하는 관계형태를 의미하며, 소비자사회화에 영향력 있는 작용인은 부모, 친구, 대중매체, 학교를 들 수 있다. 학습자가 소비자사회화 작용인으로부터 가치관이나 행동을 습득하는 과정은 모방, 강화, 사회적 상호작용을 통해 이루어진다(권현지, 2008).

첫째, 모방(modeling)은 관찰학습으로 알려졌으며, 학습자가 사회화 작용인의 행동을 모방함으로써 사회화가 이루어지는 것이다(정지영, 2003).

둘째, 강화(reinforcement)는 사회화 작용인에 의해 학습자에게 주어지는 긍정적 강화(보상)와 부정적 강화(벌)를 의미하는 것으로, 학습자는 사회화 작용인에게 보상받았던 과거의 행동을 다시 반복하거나 벌을 받았던 행동을 다시는 반복하지 않으려는 것을 의미한다(박영미, 2015).

셋째, 사회적 상호작용(social interaction)은 모델화와 강화의 종합적 과정으로, 사회화 작용인과의 상호작용을 통해 얻어진 사회적 규범이 개인의 태도, 가치관,

행동을 결정한다는 것이다(김영신, 1985).

사회화 결과는 소비와 관련된 인지적, 정의적, 행동적 특성을 습득하는 것을 의미하며, 소비자문제 지식, 소비자 활동성, 소비자 재무관리, 가격에 대한 태도, 물질주의, 소비에 대한 경제적·사회적 동기, 광고에 대한 태도 등으로 나타난다(Moschis et al., 1978). 박영미(2015)는 소비자사회화 결과가 소비자능력과 관계된다고 하였고, 소비자사회화 결과의 구성요인을 소비자지식, 소비자역할태도, 소비자기능으로 구성하였다. 또한 소비자사회화 과정에 영향을 미치는 소비자사회화 작용인은 어머니, 친구, TV, 인터넷, 학교를 포함하였다.

한지형(2013)은 소비자사회화보다 더 포괄적인 개념인 금융사회화를 제시하였으며, 금융사회화란 부모와 본인의 다양한 특성이 금융사회화 과정을 거쳐 결과로 나타난다고 하였다. 금융사회화의 결과는 재무관리역량, 즉 재무관리지식, 재무관리태도, 재무관리행동을 의미한다고 정의하였으며, 금융사회화 대행변인으로는 부모, 주변인, 대중매체, 학교를 포함하였다.

이와 같은 연구를 기초로 이 연구에서는 소비자사회화를 소비자사회화 작용인과의 용돈과 관련된 상호작용 과정으로 정의하였다.

② 소비자사회화 작용인

소비자사회화 작용인은 소비자사회화에 영향을 미치는 요인을 의미하며, 대부분의 선행연구에서 나타난 주요 소비자사회화 작용인은 부모, 친구, 대중매체, 학교로 이루어져 있다(성화선, 1999; 이민희·홍은실·한경순, 2009; 박영미·이희숙, 2015). 이 연구에서도 소비자사회화에 영향을 미치는 소비자사회화 작용인으로 부모, 친구, 대중매체, 학교 등을 포함하였으며, 각 소비자사회화 작용인이 용돈관리행동에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

• 부모

가정은 청소년의 1차적인 사회적 환경이며, 부모와 자녀관계는 가장 기본적이고 영구적인 관계이다(박영미, 2015). 자녀는 부모의 소비행동을 관찰하거나 부모와 소비에 관한 상호작용을 함으로써 소비자역할을 경험하게 되므로, 부모는 청소년의 합리적인 소비행동에 영향을 미치는 중요한 소비자사회화 작용인으로 여겨진다

(박수호·민경배, 2010).

청소년의 용돈관리와 관련된 소비자사회화과정 변인에는 부모의 영향력을 강조한 연구가 많다. 정지영(2003)은 가족과의 모방, 강화, 사회적 상호작용이 많이 이루어질수록 청소년의 소비자기능 수준이 높은 것으로 나타났으며, 박영미(2015)의 연구에서도 어머니와의 상호작용이 많은 청소년일수록 소비자역할태도와 소비자기능 수준이 높은 것으로 나타났다. 또한 김효정(2004)은 어머니와 소비에 대한 의사소통을 많이 할수록 아동의 용돈관리행동과 합리적인 구매행동에 정적인 영향을 미친다고 밝혔으며, 조은주(2006)의 연구에서도 어머니와 자녀 간에 소비에 대한 의사소통이 높을수록 중학생의 금전관리행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 전미선·박형준(2007)의 연구에서는 부모가 자녀의 용돈관리에 적극적으로 개입할수록, 청소년들이 보다 합리적으로 자신의 용돈을 관리하고 소비하는 것으로 나타났다. 이러한 선행연구를 통해 청소년소비자의 합리적인 용돈관리와 소비행동 형성에 부모의 역할이 상당히 중요하다는 것을 알 수 있다.

- 친구

친구는 청소년의 가치관, 태도, 행동 등에 영향을 미치는 중요한 준거집단이다. 특히, 청소년기는 부모로부터 독립하고자 하는 욕구가 친구에게 의존하려는 욕구로 연결되기 때문에, 친구는 사회화작용인으로서 청소년의 소비행동에 중요한 영향력을 행사한다(김재문, 1992).

정지영(2003)은 동료집단과 모방사회화가 많이 이루어질수록 소비자기능 수준이 낮게 나타난다고 하였으며, 손상희(2009)는 사회화 작용인 중 친구가 물질주의와 소비주의 성향에 가장 큰 영향을 미친다고 하였다. 이석로(1985)는 청소년기에 친구집단과 소비에 관한 대화를 많이 할수록 청소년의 물질주의적 태도가 높게 나타난다고 하였으며, 소영하·한유진(2013)은 또래영향력과 또래동조성이 소비지향태도와 과소비행동에 영향을 미친다고 하였다. 이러한 선행연구를 통해, 청소년소비자는 친구와의 의사소통과 상호작용에서 오히려 비합리적인 소비성향이 학습되고 있음을 알 수 있다.

- 대중매체

대중매체는 많은 사람들에게 신속하고 효과적으로 정보를 전달하는 수단으로 현대인들의 삶에 개인적·사회적·문화적으로 막대한 영향력을 행사하고 있다(한지형, 2013). 특히 청소년기는 외부자극에 민감하기 때문에 대중매체의 영향이 더욱 두드러지게 나타난다. 보건복지가족부(2009)의 한국 아동·청소년 종합실태 조사에 의하면 우리나라 12~18세 아동·청소년들이 가장 많이 이용하는 매체는 인터넷(95.8%), TV(94.9%), 이동전화(81.4%), 온라인 게임(60.5%) 등의 순으로 나타났다. 이처럼 대중매체가 청소년들에게 광범위한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

소영하·한유진(2013)은 대중매체가 청소년의 소비지향태도와 과소비행동에 영향을 미친다고 하였으며, 김효정(2004)은 아동의 TV 시청량이 많을수록 용돈 관리행동을 잘하지 못하고 비합리적인 구매행동을 한다고 하였다. 금희조(2006)의 연구에서는 TV 오락프로그램 시청이 물질주의와 계층 지향적 소비에 정적인 관계를 나타냈으며, 정보 프로그램은 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 청소년들이 대중매체로 인해 무분별한 광고와 상업적인 오락프로그램에 노출되어 있어서 소비자사회화에 부정적인 영향을 미칠 수 있음을 보여 준다. 박영미(2015)의 연구에서는 인터넷이 청소년의 소비자지식에 정적인 영향을 미치고 있었으며, TV는 청소년의 소비자역할태도에 부정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이러한 선행연구를 통해 대중매체가 청소년소비자의 태도와 행동을 결정하는데 중요한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

- 학교

가정 소비자교육은 부모와 자녀 간의 관찰과 모방, 의사소통 등을 통해서 이루어지지만, 학교 소비자교육은 체계적인 교육과정을 통해 전문적으로 이루어지기 때문에 소비자교육을 가장 효율적이고 효과적으로 수행할 수 있다(신은미, 2008).

성화선(1999)은 청소년들이 학교에서 교과서를 통한 공식적 교육과정 이수외 교사에 의한 훈화나 행사 등 잠재적 교육과정을 통해 학교 소비자사회화가 이루어진다고 하였다. 박영미(2015)는 학교의 소비자사회화 영향력을 파악하기 위해 학교에서 배운 소비자교육 내용의 유용성 정도와 교사의 합리적 구매지도 정도 등을 측정하였으며, 그 결과 학교는 소비자역할태도와 소비자기능에 정적으로 유

의한 영향을 미친다고 하였다. 권경자(2007)는 학교에서의 소비자교육 정도가 향상될수록 중학생의 용돈관리행동이 높게 나타난다고 하였으며, 중학생이 희망하는 소비자교육 내용에는 용돈기록장 작성과 관리, 근검·절약, 저축의 종류와 방법, 합리적인 소비생활, 소비자권리와 의무, 소비자피해보상 절차 및 방법 등이 포함 된다고 하였다.

(5) 용돈관리역량

먼저 용돈관리지식과 연관 있는 선행연구로는 소비자지식, 재무관리지식 및 금융이해력이 소비행태에 미치는 영향력에 관한 연구들이 수행되어 왔다.

강지현·천혜정(2010)의 연구에서는 초등학생의 금융지식이 용돈소비행동에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 아무리 많은 지식을 습득하여도 이것이 올바른 소비가치관으로 연결되지 못하면 큰 효과를 발휘할 수 없다고 밝혔다. 청소년의 소비자지식 수준이 소비행태에 미치는 영향을 연구한 정미정(2007)의 연구에서는 중학생의 금전관리 지식수준이 높을수록 합리적인 금전소비행태를 보이는 것으로 나타났다. 또한 허영은(2010)의 연구에서는 고등학생의 금융이해력이 높을수록 용돈관리행동 수준이 높은 것으로 나타났으며, 최윤정(2010)은 고등학생의 금융이해 점수가 높을수록 비계획적 소비성향이 낮게 나타난다고 하였다. 한가은(2015)의 연구에서는 대학생의 재무지식이 재무관리행동에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 김정현(2011)은 소비자지식이 그 자체로서 행동의 변화를 이끌어내기 보다는 사람의 내면으로 들어가 태도 요인과 결합되었을 때 비로소 행동으로 나타나게 된다고 하였다.

다음으로 용돈관리태도와 관련하여 태도와 소비자 행동 간의 인과관계를 증명하는 선행연구들을 살펴보면 다음과 같다.

홍은실(2005)은 중·고·대학생의 돈에 대한 태도가 비합리적인 소비행동과 연관이 있음을 밝혔으며, 비합리적 소비에 가장 큰 영향을 미치는 태도 변인은 돈을 인지적 차원(자유/힘을 얻는 도구)으로 보는 태도라고 하였다. 홍은실·황덕순·한경미(2001)의 연구에서는 여자대학생의 화폐태도가 금전사용행동에 미치는 영향력을 분석한 결과, 돈을 안전의 도구나 불안의 원천으로 보는 경우 바람직한 금전사용행동이 나타났으며, 돈을 감정충족의 도구로 여기는 경우 금전사용행동에 부정

적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 오수진(2012)의 연구에서는 금융지식과 금융태도 모두 중학생의 바람직한 금융행동의 예측변수로서 유의한 영향력이 입증되었으며. 특히 금융지식보다 금융태도가 금융행동에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 한가은(2015)의 연구에서는 재무관리태도가 양호한 집단이 재무관리행동이 높은 것으로 나타났다.

마지막으로 용돈관리기능과 관련한 선행연구를 살펴보면, 소비자 재무관리 분야에서 기능과 행동 간의 영향을 규명한 한가은(2015)의 연구에서는 대학생의 재무관리행동에 재무관리기능이 가장 큰 인과적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상의 연구를 종합해보면 청소년소비를 대상으로 한 용돈관리지식·태도·기능 수준을 측정하는 선행연구가 부족하다는 점과 청소년소비의 용돈관리역량이 용돈관리행동을 수행하는데 중요한 영향 요인이 될 수 있음을 알 수 있다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 연구문제 및 연구모형

이 연구는 제주지역 중학생들을 대상으로 청소년소비자의 용돈 사용 실태를 파악하고, 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력과 인과적 효과를 분석하고자 한다. 이러한 연구결과는 가정과 학교에서 청소년소비자의 합리적인 용돈관리를 위한 소비자교육을 실시하거나 소비자교육 프로그램을 개발하는데 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다. 이 연구의 목적을 달성하기 위하여 설정한 연구문제는 다음과 같다.

[연구문제 1] 청소년소비자의 용돈 사용 실태는 어떠한가?

[연구문제 2] 청소년소비자의 소비자사회화는 일반적 특성에 따라 유의한 차이가 있는가?

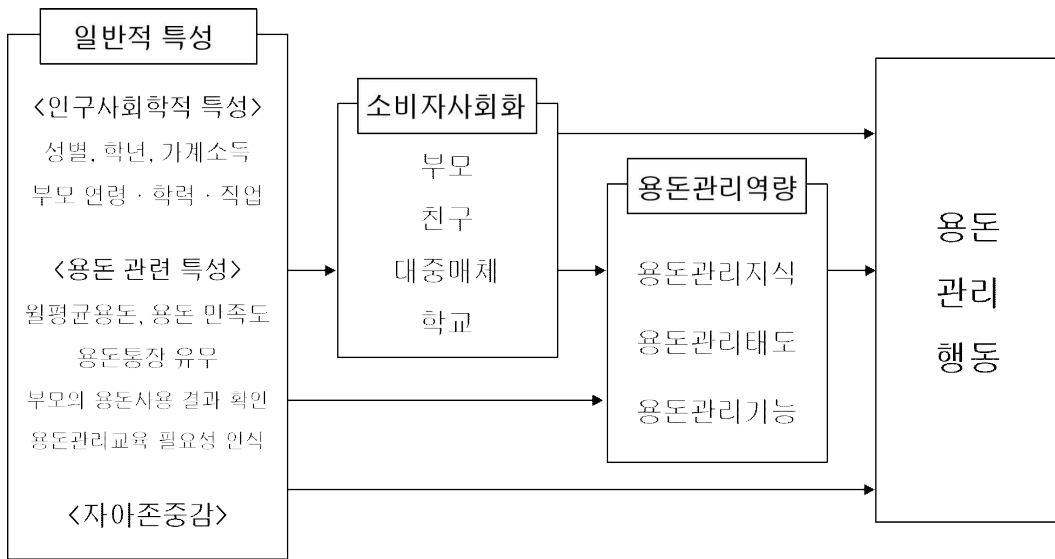
[연구문제 3] 청소년소비자의 용돈관리역량은 일반적 특성, 소비자사회화에 따라 유의한 차이가 있는가?

[연구문제 4] 청소년소비자의 용돈관리행동은 일반적 특성, 소비자사회화, 용돈 관리역량에 따라 유의한 차이가 있는가?

[연구문제 5] 청소년소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력은 어떠한가?

[연구문제 6] 청소년소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 인과적 효과는 어떠한가?

이상의 연구문제를 기초로 설정한 연구모형은 <그림 2>와 같다.



<그림 2> 연구모형

2. 연구대상 및 자료수집

이 연구는 제주지역 1~3학년 중학생을 연구대상으로 하였으며, 자료수집 방법은 다음과 같다.

예비조사는 측정도구의 적절성과 신뢰성을 파악하기 위하여 2017년 3월 8일~3월 13일까지 1~2학년 중학생 총 60명을 대상으로 실시하였으며, 예비조사 결과를 기초로 설문내용이 다소 어렵거나 적절하지 않은 문항은 수정·보완하였다. 본 조사는 2017년 3월 21일~4월 3일까지 실시되었으며, 조사대상자는 제주시내 6개 교를 대상으로 성별과 학년이 편중되지 않도록 할당표집 및 유의표집 방법을 이용하여 추출하였다. 설문지는 1~3학년 중학생을 대상으로 700명에게 배부하였으며, 668부가 회수되었다. 부실 기재된 52부를 제외하고 총 616부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

3. 측정도구

이 연구의 측정도구는 선행연구를 기초로 연구자에 의해 다음과 같은 방법으로 제작되었다.

1) 인구사회학적 특성 및 용돈 사용 실태

인구사회학적 특성과 용돈 사용 실태를 측정하는 문항은 성화선(1999), 양희서(2007), 권경자(2007), 이정노(2010)의 연구를 기초로 선다형 및 서술형으로 구성되었다. 문항 내용은 성별, 학년, 가계소득, 부모의 연령, 학력, 직업, 용돈 출처, 용돈금액 결정방법, 용돈주기, 용돈금액 인식, 용돈 더 필요시 행동, 부모의 용돈 사용결과 확인, 용돈관리 교육 필요성 인식, 용돈 만족도, 저축 유무 및 저축 방법, 용돈 사용 순위, 용돈통장 및 현금카드 유무, 월평균용돈 등과 관련하여 총 18문항으로 구성되었다.

2) 자아존중감

자아존중감이란 자아개념의 평가적 측면으로 자기 존중 정도와 자신의 능력과 가치에 대한 판단을 의미한다. 자아존중감 측정도구는 이민희(2008)의 연구에서 사용된 Rosenberg(1965)의 자아존중감 척도 10문항을 이 연구에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 문항 내용과 신뢰도는 <표 1>과 같다. 각 문항은 ‘전혀 그렇지 않다(1점)’부터 ‘매우 그렇다(5점)’까지 5점 Likert 척도로 측정되었으며, 점수가 높을수록 자아존중감이 높음을 의미한다. 신뢰도(*Cronbach' α*)는 .902로 높게 나타났다.

<표 1> 자아존중감 측정도구

문항 수	문항 내용	<i>Cronbach' α</i>
10	가치 있는 사람이라고 생각한다.	.902
	좋은 성품을 가진 사람이라고 생각한다.	
	다른 사람만큼 일을 잘 할 수 있다.	
	자신에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있다.	
	대체로 자신에 대하여 만족한다.	
	때때로 실패한 사람이라는 느낌이 든다.	
	자랑할 것이 별로 없다.	
	자신을 존중하는 마음이 더 있었으면 한다.	
	가끔 쓸모없는 사람이라고 느낀다.	
	때때로 내가 좋은 사람이 아니라고 생각한다.	

3) 소비자사회화

소비자사회화란 소비자사회화 작용인과의 용돈과 관련된 상호작용 과정을 의미하며, 소비자사회화에 영향을 미치는 소비자사회화 작용인은 부모, 친구, 대중매체, 학교 등을 포함한다. 소비자사회화 측정도구는 정지영(2003), 한지형(2013), 박영미·이희숙(2015)의 연구를 기초로 이 연구에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 문항 내용과 신뢰도는 <표 2>와 같다.

용돈과 관련된 부모, 친구, 대중매체, 학교와의 소비자사회화는 총 15문항으로 구성하였으며, ‘전혀 그렇지 않다(1점)’부터 ‘매우 그렇다(5점)’까지 5점 Likert 척도를 사용하였다. 점수가 높을수록 용돈관리에 대한 소비자사회화 작용인과의 상호작용 수준이 높음을 의미한다. 신뢰도(Cronbach' α)는 .654~.822로 신뢰할 수 있는 수준이었다.

<표 2> 소비자사회화 측정도구

사회화 작용인	문항 수	문항 내용	Cronbach' α
부모	4	가계부 작성, 구매 물품 평가, 용돈관리·저축 관련 대화	.654
친구	4	소비 모방, 구매정보, 구매 물품 평가, 용돈관리 대화	.643
대중매체	3	광고 영향, 용돈관리 정보의 유용성, 저축 정보	.734
학교	4	구매·용돈관리 시 유용성, 자원절약, 저축 관련 대화	.750
계	15	소비자사회화 전체 수준	.822

4) 용돈관리역량

용돈관리역량이란 청소년소비자가 스스로 자신의 용돈을 효율적·합리적으로 관리할 수 있는 능력으로서, 청소년소비자 개인의 용돈관리지식, 용돈관리태도, 용돈관리기능이 결합되어 바람직한 용돈관리행동을 할 수 있도록 하는 기제를 의미한다. 각 척도의 문항 내용과 신뢰도는 <표 3>과 같다.

(1) 용돈관리지식

용돈관리지식이란 청소년소비자가 용돈을 효율적·합리적으로 관리하기 위하여 이해해야 할 기초지식과 개념을 의미한다. 용돈관리지식 측정도구는 이기춘(1985), 정미정(2007), 김은정(2009), 김정현(2011), 김영균(2011), 박영미(2015)의 연구와

금융감독원과 (사)청소년금융교육협회가 2004년도에 중학생을 대상으로 실시한 청소년금융이해력측정 문항, 그리고 금융감독원의 중학교 생활금융 교육 표준교재(천규승 외 2인, 2011), 기술·가정 교과서 3종(교문사, 원교재사, 천재교과서)을 기초로, 이 연구에 맞게 수정·보완하여 사용하였다.

용돈관리지식 문항은 예산, 소비(지출), 저축, 지불수단 등 4개의 영역으로 범주화하여 총 15문항으로 구성하였으며, 각 문항은 O, X로 응답하도록 하였다. 응답이 맞을 경우 1점, 틀릴 경우 0점을 부여하여 총 15점 만점으로 용돈관리지식 점수를 산출하였다. 점수가 높을수록 용돈관리지식 수준이 높다는 것을 의미한다.

(2) 용돈관리태도

용돈관리태도란 청소년소비자가 용돈관리에 대하여 갖는 호의적 또는 비호의적인 반응으로써, 용돈관리와 관련된 지식의 적용 및 기술 수행을 위하여 준비된 마음가짐이나 자세를 의미한다. 용돈관리태도 측정도구는 최현자·최은진(2005)의 학교 금융소비자교육 내용 분석 틀과 김정현(2011), 문점애(2013), 한가은(2015)의 선행연구를 기초로, 예산, 소비(지출), 저축, 용돈관리 등 4개의 영역으로 범주화하여 총 10문항으로 구성하였다. 각 문항은 ‘전혀 그렇지 않다(1점)’부터 ‘매우 그렇다(5점)’까지 5점 Likert 척도를 사용하였으며, 점수가 높을수록 용돈관리태도가 바람직하다는 것을 의미한다. 신뢰도(*Cronbach' α*)는 .797이었다.

(3) 용돈관리기능

용돈관리기능이란 청소년소비자가 용돈을 효율적·합리적으로 관리할 수 있도록 하는 실천적 영역으로써, 용돈관리에 있어서의 기술(skill), 지식의 응용을 의미한다. 용돈관리기능 측정도구는 최현자·최은진(2005), 정지영(2003), 김정현(2011), 문점애(2013), 한가은(2015), 박영미(2015)의 선행연구를 기초로, 예산, 소비(지출), 저축, 용돈관리 등 4개의 영역으로 범주화하여 총 10문항으로 구성하였다. 각 문항은 ‘전혀 그렇지 않다(1점)’부터 ‘매우 그렇다(5점)’까지 5점 Likert 척도를 사용하였으며, 점수가 높을수록 용돈관리기능 수준이 높다는 것을 의미한다. 신뢰도(*Cronbach' α*)는 .896이었다.

<표 3> 용돈관리역량 측정도구

구분	영역	문항 수	문항 내용	Cronbach' α
용돈 관리 지식	예산	3	예산의 이해, 예산 장점, 예산 관리도구	-
	소비(지출)	4	합리적 소비와 기회비용, 소비지출 유형	
	저축	6	이자율, 단·복리, 저축 방법, 저축 상품, 저축 장점	
	지불수단	2	체크카드, 카드보상	
용돈 관리 태도	예산	1	예산의 중요성 인식	.797
	소비(지출)	3	지출 우선순위, 충동구매, 빌려서 구매하는 태도	
	저축	3	저축 필요성, 규칙적인 저축의 중요성, 소비지향성	
	용돈관리	3	용돈관리행동·용돈기입장 기록의 중요성, 책임감	
용돈 관리 기능	예산	1	예산 범위 내 지출계획 수립 능력	.896
	소비(지출)	3	필요와 욕구 파악, 비교구매, 교환·환불	
	저축	1	저축 수행 능력	
	용돈관리	5	정보수집, 절약, 용돈기입장, 용돈관리상태 파악·평가	

5) 용돈관리행동

용돈관리행동이란 개인이 자유롭게 처분할 수 있는 용돈을 관리하는 실제적인 행동으로, 용돈을 사용함에 있어 계획, 실행, 평가에 관한 행동을 의미한다. 용돈 관리행동 측정도구는 성화선(1999), 조은주(2006) 권경자(2007), 양희서(2007)의 연구를 기초로 연구자가 수정·보완하여 총 10문항으로 구성하였으며, 문항 내용과 신뢰도는 <표 4>와 같다. 각 문항은 ‘전혀 그렇지 않다(1점)’부터 ‘매우 그렇다(5점)’까지 5점 Likert 척도를 사용하였고, 점수가 높을수록 용돈관리행동이 바람직하다는 것을 의미하며, 신뢰도(Cronbach' α)는 .866이었다.

<표 4> 용돈관리행동 측정도구

영역	문항 수	문항 내용	Cronbach' α
계획	2	용돈 사용 전, 예상하지 못했던 용돈에 대한 지출계획	.866
실행	6	계획된 지출, 합리적 소비, 범위 내 지출, 저축, 용돈기입장 기록	
평가	2	전반적 평가, 다음 용돈 계획에 반영(피드백)	

4. 분석방법

수집된 자료는 SPSS 18.0 프로그램을 사용하여 분석하였으며, 사용된 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성과 용돈 사용 실태는 빈도와 백분율을 사용하여 분석하였다.

둘째, 척도의 신뢰도는 *Cronbach' α* 를 사용하여 내적 일관성을 측정하였다.

셋째, 독립변수에 따른 소비자사회화, 용돈관리역량, 용돈관리행동을 분석하기 위하여 t-test, 일원배치분산분석을 실시하였으며, 하위집단 간의 차이는 Scheffe의 다중범위 검증으로 분석하였다.

넷째, 독립변수들 간의 다중공선성 문제를 확인하기 위하여 피어슨의 적률상관관계분석과 분산팽창계수를 분석하였으며, 각 독립변수들이 소비자사회화, 용돈관리역량, 용돈관리행동에 미치는 상대적 영향력을 분석하기 위해 다중회귀분석을 사용하였다.

마지막으로 용돈관리행동에 영향을 미치는 관련 요인들 간의 인과모형을 분석하기 위하여 경로분석을 실시하였다.

IV. 분석결과 및 해석

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 <표 5>과 같다.

성별은 여자가 51.8%, 남자가 48.2%로 여학생의 비율이 조금 더 높았다. 학년은 2학년이 36.9%로 가장 많았고, 그 다음으로는 3학년이 33.1%, 1학년이 30.0%순이었다.

아버지 연령은 45세 이상~50세 미만이 44.3%로 가장 많았고, 45세 미만이 27.5%, 50세 이상이 28.2%순이었으며, 어머니 연령은 42세 이상~48세 미만이 54.6%로 가장 많았고, 48세 이상이 24.7%, 42세 미만이 20.6%였다.

아버지 교육수준은 대학 졸업이 54.2%로 가장 많았고, 그 다음으로는 고등학교 졸업이 24.7%, 대학원 졸업이 10.5%, 전문대학 졸업이 8.6%, 중학교 졸업 이하가 2.1%순이었으며, 어머니 교육수준은 대학 졸업이 48.3%로 가장 많았고, 그 다음으로는 고등학교 졸업이 28.8%, 전문대학 졸업이 10.6%, 대학원 졸업이 10.4%, 중학교 졸업 이하가 1.9%순이었다.

아버지 직업은 사무·경영관리직이 35.1%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 서비스직·자영업이 22.3%, 전문직이 18.9%, 기능숙련공·일반작업직이 15.9%, 농수산업·기타가 7.7%순이었다. 어머니 직업은 서비스직·자영업이 27.8%로 가장 많았고, 그 다음으로는 사무·경영관리직이 24.6%, 전문직이 19.7%, 전업주부가 19.4%, 농수산·기타가 8.5%순이었다.

가계소득은 500만원 이상이 27.3%로 가장 많았고, 200만원~300만원 미만이 22.2%, 400~500만원 미만이 20.3%, 300~400만원 미만이 18.5%, 200만원 미만이 11.7%순이었다.

자아존중감은 자아존중감이 높은 집단이 25.3%, 중간 집단이 49.4%, 낮은 집단이 25.3%이었으며, 평균 점수는 3.88점으로 보통 이상으로 나타났다. 점수가 높을수록 자아존중감이 높은 것을 의미한다.

<표 5> 조사대상자의 일반적 특성

변수	구분	N (%)	변수	구분	N (%)
성별	여자	319 (51.8)	학년	1학년	185 (30.0)
	남자	297 (48.2)		2학년	227 (36.9)
	계	616 (100.0)		3학년	204 (33.1)
	계	616 (100.0)		계	616(100.0)
부 연령	45세 미만	153 (27.5)	모 연령	42세 미만	116 (20.6)
	45~50세 미만	247 (44.3)		42~48세 미만	307 (54.6)
	50세 이상	157 (28.2)		48세 이상	139 (24.7)
	계	557 (100.0)		계	562 (100.0)
부 교육 수준	중졸이하	10 (2.1)	모 교육 수준	중졸이하	9 (1.9)
	고졸	118 (24.7)		고졸	138 (28.8)
	전문대졸	41 (8.5)		전문대졸	51 (10.6)
	대졸	259 (54.2)		대졸	232 (48.3)
	대학원졸	50 (10.5)		대학원졸	50 (10.4)
	계	478 (100.0)		계	480 (100.0)
부 직업	사무·경영관리직	187 (35.1)	모 직업	서비스직·자영업	148 (27.8)
	서비스직·자영업	119 (22.3)		사무·경영관리직	131 (24.6)
	전문직	101 (18.9)		전문직	105 (19.7)
	기능숙련·작업직	85 (15.9)		전업주부	103 (19.4)
	농수산·기타	41 (7.7)		농수산·기타	45 (8.5)
	계	533 (100.0)		계	532 (100.0)
가계 소득	200만원 미만	57 (11.7)	자아 존중감	상(4.50~5.00)	156 (25.3)
	200~300만원 미만	108 (22.2)		중(3.40~4.40)	304 (49.4)
	300~400만원 미만	90 (18.5)		하(1.00~3.30)	156 (25.3)
	400~500만원 미만	99 (20.3)			
	500만원 이상	133 (27.3)			
	계	487 (100.0)	계	616 (100.0)	

주) 무응답으로 빈도수에 차이가 있음.

2. 청소년소비자의 용돈 사용 실태

청소년소비자의 용돈 사용 실태를 분석하기 위하여 빈도와 백분율을 분석한 결과는 <표 6> 및 <표 7>과 같다.

중학생의 월평균용돈은 42,000원이었으며, 성별로 보면 여학생이 44,060원, 남학생이 39,760원으로 여학생이 남학생보다 4,300원이 더 많았다. 이러한 결과는 성화선(1999)의 연구에서 파악한 제주도 중학생의 월평균용돈 19,780원과 비교하였을 때, 22,220원이 더 많은 것으로 18년간 약 2.12배 증가하였음을 알 수 있다. 중학생의 월평균용돈 범위는 2~4만원이 28.6%로 가장 많았고, 4~6만원 미만 21.6%, 2만원 미만 19.8%, 6만원 이상 18.0% 순으로 나타났다.

대부분(89.0%)의 중학생들이 부모님으로부터 용돈을 받고 있었으며, 집안일을 돕고 받는 경우는 8.9%이었다. 용돈금액을 부모님께서 결정하는 경우가 46.1%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 부모님과 상의하여 결정하는 경우가 42.4%였고, 학생들 자신이 결정하는 경우는 11.5%이었다.

용돈은 필요할 때마다 수시로 받는 경우가 40.4%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 매주 용돈을 받는 경우가 32.1%, 매월 받는 경우가 22.6%, 매일 받는 경우가 4.9% 순이었다. 이는 용돈을 비정기적인 형태로 받고 있다는 응답이 가장 많았던 성화선(1999), 양희서(2007)의 연구와 일치하였다.

47.8%의 중학생들이 용돈금액을 충분하다고 인식하고 있었으며, 용돈금액을 적당하다고 인식한 경우는 32.8%였고, 부족하다고 인식하는 경우는 19.5%이었다.

용돈이 더 필요할 때, 다음 용돈을 받을 때까지 참는 행동이 33.8%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 용돈을 더 필요하다고 요구하는 경우가 21.3%, 집안일을 돕고 용돈을 받는 경우가 12.5%, 저축한 돈을 찾아서 쓰는 경우가 11.7%, 다음 용돈을 미리 받아서 쓰는 경우가 9.6%, 친구에게 빌리는 경우가 8.4%였고, 용돈이 더 필요한 적이 없다고 응답한 경우가 1.5%, 기타 응답으로 아르바이트를 하거나 형제자매에게 빌린다는 응답이 각각 0.6%순이었다.

부모님이 용돈 사용결과를 가끔 확인하는 경우가 47.6%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 용돈 사용결과를 거의 확인하지 않는 경우가 22.4%, 전혀 확인하지 않는 경우가 18.5%였고, 11.5%의 부모님만이 용돈 사용결과를 자주 확인하고 있

었다. 이러한 결과를 통해, 부모님이 자녀의 용돈 사용결과를 가끔, 자주 확인하는 경우(59.1%)가 거의, 전혀 확인하지 않는 경우(40.9%)보다 높음을 알 수 있었다.

용돈에 대해 만족한다는 응답이 66.2%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 용돈에 대한 만족도를 보통으로 생각하는 경우가 26.6%, 불만족 하는 경우가 7.2% 순으로 나타났다.

38.5%의 중학생들이 용돈관리교육의 필요성을 보통이라고 인식하고 있었으며, 용돈관리교육이 필요하다고 인식하는 학생은 33.9%, 필요하지 않다고 인식하는 학생은 9.3%, 매우 필요하다고 인식하는 학생은 9.9%, 전혀 필요하지 않다고 인식하는 학생은 8.4%로 나타나, 43.8% 중학생들이 용돈관리 교육을 필요하다고 인식하고 있음을 알 수 있다.

저축을 하는 중학생은 64.9%였으며, 35.1%의 중학생이 저축을 하지 않고 있었다. 이는 69.1%의 중학생이 저축을 하고 있는 것으로 나타난 권경자·장상옥(2007)의 연구와 비슷한 결과를 나타냈다. 중학생들은 용돈 이외의 세뱃돈, 친척들이 주시는 용돈을 저축하는 경우가 53.0%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 용돈의 일정한 금액을 저축하는 경우가 27.0%였고, 소비하고 남은 용돈을 저축하고 있는 경우가 20.0%순이었다.

용돈통장을 가지고 있는 중학생은 42.5%였고, 57.5%의 중학생이 용돈통장을 가지고 있지 않고 있었으며, 용돈통장을 가진 중학생 중 22.5%만이 현금카드를 가지고 있었다. 용돈통장은 부모님께서 만들어주신 경우가 79.8%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 자신이 스스로 만든 경우가 11.5%, 부모님의 권유로 만든 경우가 7.3%, 선생님의 권유로 만든 경우가 1.5%순이었다. 이러한 결과는 용돈통장을 가지게 된 계기가 부모님께서 만들어주신 경우가 가장 많은 것으로 나타난 장금옥(2003), 권경자(2007)의 연구 결과와도 일치하였다.

<표 6> 청소년소비자의 용돈 사용 실태

변수	구분	N (%)	변수	구분	N (%)
월평균 용돈	2만원 미만	122 (19.8)	용돈 출처	부모님	548 (89.0)
	2~4만원 미만	176 (28.6)		집안일 돕고 받음	55 (8.9)
	4~6만원 미만	133 (21.6)		할아버지, 할머니	10 (1.6)
	6만원 이상	111 (18.0)		아르바이트	2 (0.3)
계		542 (100.0)		형제, 자매	1 (0.2)
용돈금액 결정방법	부모님이 결정	284 (46.1)	용돈 주기	매일	30 (4.9)
	부모님과 상의	261 (42.4)		매주	198 (32.1)
	내가 결정	71 (11.5)		매월	139 (22.6)
계		542 (100.0)		필요할 때마다	249 (40.4)
용돈 금액 인식	매우 부족	22 (3.5)	용돈 더 필요시 행동	받을 때까지 참음	208 (33.8)
	부족	98 (15.9)		용돈 더 요구함	131 (21.3)
	적당	202 (32.8)		집안일 돕고 받음	77 (12.5)
	충분	163 (26.5)		저축한 돈 찾음	72 (11.7)
	매우 충분	131 (21.3)		미리 받아서 씀	59 (9.6)
부모의 용돈사용 결과확인	전혀 안함	114(18.5)	친구에게 빌림	52 (8.4)	
	거의 안함	138(22.4)	필요한 경우 없음	9 (1.5)	
	가끔 함	293(47.6)	아르바이트	4 (0.6)	
	자주 함	71(11.5)	형제자매에게 빌림	4 (0.6)	
용돈 만족도	매우 불만족	9 (1.5)	용돈 관리 교육 필요성 인식	전혀 필요하지 않음	52 (8.4)
	불만족	35 (5.7)		필요하지 않음	57 (9.3)
	보통	164 (26.6)		보통	237 (38.5)
	만족	247 (40.1)		필요함	209 (33.9)
	매우 만족	161 (26.1)		매우 필요함	61 (9.9)
저축	한다	400 (64.9)	용돈 통장	있다	262 (42.5)
	안 한다	216 (35.1)		없다	354 (57.5)
계		616 (100.0)	계		616 (100.0)
저축 방법	용돈 이외의 돈 일정한 금액 저축	212 (53.0)	통장 보유 계기	부모님께서 만들어주심	209 (79.8)
		108 (27.0)		스스로 만들	30 (11.5)
		80 (20.0)		부모님 권유로 만들	19 (7.3)
	소비 후 남은 돈	80 (20.0)	현금 카드	있다	59 (22.5)
계		400 (100.0)	계		262 (100.0)

1) 성별에 따른 월평균용돈은 여학생 44,060원(283명), 남학생 39,760원(259명)으로 나타남.

2) 무응답으로 빈도수에 차이가 있음.

<표 7>에 의하면 중학생의 용돈 사용 제 1순위는 간식비가 42.4%로 가장 많았으며, 이어서 교양오락비(게임비, 노래방, 영화, 음반, 취미생활비)가 21.8%, 의복비(13.4%), 교통비(10.9%), 저축(6.9%), 학용품비(3.7%) 등의 순이었다. 그 다음으로 제 2순위는 간식비(29.4%), 교양오락비(17.8%), 학용품비(17.4%) 등의 순이었으며, 제 3순위는 교통비(16.4%), 교양오락비(16.2%), 학용품비(15.1%) 등으로 나타났다.

이러한 결과에 의하면 청소년소비자들은 주로 간식비, 교양오락비 등의 용돈을 사용하고 있다는 것을 알 수 있다. 성화선(1999), 장혜경(2005)의 연구에서도 간식비가 중학생 용돈의 가장 큰 지출 비중을 차지하고 있었으며, 권경자(2007)의 연구에서는 교양오락비, 간식비 순으로 나타났다.

<표 7> 용돈 사용 순위 빈도(%)

변 수	1순위	2순위	3순위
간식비	251 (42.1)	172 (29.4)	78 (14.2)
교양오락비	130 (21.8)	104 (17.8)	89 (16.2)
의복비	80 (13.4)	71 (12.1)	49 (8.9)
교통비	65 (10.9)	65 (11.1)	90 (16.4)
저축	41 (6.9)	32 (5.5)	82 (14.9)
학용품비	22 (3.7)	102 (17.4)	83 (15.1)
선물구입비	6 (1.0)	35 (6.0)	79 (14.4)
화장품	1 (0.2)	4 (0.7)	
계	596 (100.0)	585 (100.0)	550 (100.0)

주) 무응답으로 빈도수에 차이가 있음.

3. 청소년소비자의 소비자사회화

1) 일반적 특성에 따른 소비자사회화의 차이

청소년소비자의 일반적 특성에 따라 소비자사회화에 차이가 있는지를 분석하기 위하여 t-test와 분산분석을 실시하였다. 하위 집단 간의 차이는 Scheffe의 다중범위검증으로 분석하였으며, 분석결과는 <표 8>과 같다.

부모와의 소비자사회화에 유의한 영향을 미치는 요인은 성별, 어머니 연령, 용돈 금액 결정방법, 부모의 용돈 사용결과 확인, 용돈관리 교육 필요성 인식, 용돈통장 유무, 자아존중감 등으로 나타났으며, 친구와의 소비자사회화에 유의한 영향을 미치는 요인은 성별, 학년, 월평균용돈, 용돈금액 인식, 용돈 만족도, 부모의 용돈 사용결과 확인, 용돈관리 교육 필요성 인식 등이었다. 또한, 대중매체와의 소비자사회화는 성별, 학년, 부모의 용돈 사용결과 확인, 용돈관리 교육 필요성 인식 등에 따라 유의한 차이가 있었으며, 학교와의 소비자사회화는 학년, 용돈주기, 부모의 용돈 사용결과 확인, 용돈관리 교육 필요성 인식, 자아존중감 등에 따라 유의한 차이가 나타났다.

성별은 부모·친구·대중매체와의 소비자사회화에 유의한 영향을 미치고 있었으며, 여학생이 남학생보다 부모·친구·대중매체와의 소비자사회화 수준이 높은 것으로 나타났다. 이는 여학생이 남학생보다 친구의 영향을 더 많이 받는 것으로 나타난 성화선(1999), 정지영(2003)의 연구결과와 일치하였다.

학년에 따라 친구·대중매체·학교와의 소비자사회화는 유의한 차이가 있었다. 친구와의 소비자사회화에서는 1학년과 3학년 간에 유의한 차이가 있었으며, 3학년이 1학년보다 친구와의 소비자사회화 수준이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 연령이 증가할수록 친구와의 상호작용을 통한 소비자사회화가 더 많이 이루어지는 것으로 나타난 정지영(2003)의 연구결과와 일치한다. 대중매체·학교와의 소비자사회화는 학년에 따라 유의한 차이가 있었으나 하위 집단 간에는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

어머니 연령에 따라 부모와의 소비자사회화는 유의한 차이가 있었으나, 하위 집단 간에는 유의한 차이가 없었다.

월평균용돈은 친구와의 소비자사회화에 유의한 영향을 미치고 있었다. 월평균

용돈이 2만원 미만인 집단과 6만원 이상인 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 6만원 이상을 받는 집단이 2만원 미만을 받는 집단보다 친구와의 소비자사회화 수준이 높은 것으로 나타났다.

용돈금액을 결정하는 방법은 부모와의 소비자사회화에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 하위 집단 간에는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

용돈을 받는 주기에 따라 학교와의 소비자사회화는 유의한 차이가 있었다. 매월 용돈을 받는 집단과 필요할 때마다 수시로 용돈을 받는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 필요할 때마다 용돈을 받는 집단이 매월 용돈을 받는 집단보다 학교와의 소비자사회화 수준이 더 높은 것으로 나타났다.

용돈금액에 대한 인식은 친구와의 소비자사회화에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 용돈금액을 부족하다고 인식하는 집단과 충분하다고 인식하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈금액을 부족하다고 인식하는 집단이 충분하다고 인식한 집단보다 친구와의 소비자사회화 수준이 더 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 용돈금액을 부족하다고 인식할수록 친구와의 상호작용 수준이 높게 나타난 정지영(2003)의 연구결과와 일치한다.

용돈 만족도에 따라 친구와의 소비자사회화는 유의한 차이가 있었으나, 하위 집단 간에는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

부모님이 용돈 사용결과를 확인하는지에 따라 부모·친구·대중매체·학교와의 소비자사회화는 유의한 차이가 있었다. 부모와의 소비자사회화에서는 부모님이 용돈 사용결과를 전혀 확인하지 않는 집단, 가끔 확인하는 집단, 자주 확인하는 세 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈 사용결과를 자주 확인하는 집단이 부모와의 소비자사회화 수준이 가장 높은 것으로 나타났다. 친구와의 소비자사회화에서는 부모님이 용돈 사용결과를 전혀 확인하지 않는 집단과 가끔 확인하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 부모님이 용돈 사용결과를 가끔 확인하는 집단이 전혀 확인하지 않는 집단보다 친구와의 소비자사회화 수준이 높은 것으로 나타났다. 대중매체와의 소비자사회화에서는 부모님이 용돈 사용결과를 자주 확인하는 집단과 전혀 확인하지 않는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈 사용결과를 자주 확인하는 집단이 전혀 확인하지 않는 집단보다 대중매체와의 소비자사회화 수준이 더 높은 것으로 나타났다. 학교와의 소비자사회화에서는 부모님이 용돈

사용결과를 거의, 전혀 확인하지 않는 집단과 가끔 및 자주 확인하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈 사용결과를 가끔 및 자주 확인하는 집단이 그렇지 않은 집단 보다 학교와의 소비자사회화수준이 더 높은 것으로 나타났다.

용돈관리 교육 필요성 인식에 따라 부모·친구·대중매체·학교와의 소비자사회화는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 부모·학교와의 소비자사회화에서는 용돈관리 교육을 필요하다고 인식하는 집단과 용돈관리 교육의 필요성을 보통이거나 불필요하다고 인식하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈관리 교육 필요성을 인식하는 집단이 부모·학교와의 소비자사회화 수준이 가장 높은 것으로 나타났다. 친구와의 소비자사회화에서는 용돈관리 교육을 불필요하다고 인식하는 집단과 필요하다고 인식하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈관리 교육을 필요하다고 인식한 집단이 불필요하다고 인식한 집단보다 친구와의 소비자사회화 수준이 높은 것으로 나타났다. 대중매체와의 소비자사회화에서는 용돈관리 교육을 불필요하다고 인식하는 집단과 용돈관리 교육의 필요성이 보통이거나 필요하다고 인식하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈관리 교육을 불필요하다고 인식한 집단이 대중매체와의 소비자사회화 수준이 가장 낮은 것으로 나타났다.

용돈통장 유무에 따라 부모와의 소비자사회화에 유의한 차이가 있었으며, 용돈통장이 있는 집단이 없는 집단보다 부모와의 소비자사회화 수준이 더 높은 것으로 나타났다.

자아존중감에 따라 부모·학교와의 소비자사회화에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 자아존중감이 상인 집단과 중, 하 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 자아존중감이 높은 집단이 그렇지 않은 집단보다 부모·학교와의 소비자사회화 수준이 높은 것으로 나타났다. 이는 자아존중감이 높은 집단이 낮은 집단보다 부모와의 소비자사회화과정 수준이 높게 나타난 정지영(2003)의 연구 결과와 일치하였다.

<표 8> 일반적 특성에 따른 소비자사회화의 차이

변수	구분	부모		친구		대중매체		학교		계	
		평균 S	t/F	평균 S	t/F	평균 S	t/F	평균 S	t/F	평균 S	t/F
성별	남자	3.18	-430**	2.65	-878**	2.29	-438**	3.01	.166	2.81	-607**
	여자	3.48		3.17		2.60		3.00		3.09	
학년	1학년	3.21	2.91	2.79 a	4.97**	2.40	3.47*	3.06	3.50*	2.90 a	3.57*
	2학년	3.40		2.92 ab		2.38		2.90		2.93 ab	
	3학년	3.38		3.04 b		2.58		3.07		3.05 b	
모 연령	42세 미만	3.23	4.00*	2.94	.00	2.45	.17	2.93	1.26	2.91	.76
	42~48세 미만	3.45		2.94		2.47		2.99		3.00	
	48세 이상	3.26		2.94		2.51		3.08		2.98	
월평균 용돈	2만원 미만	3.31	2.18	2.83 a	3.65*	2.36	1.76	3.05	1.16	2.92	2.00
	2~4만원 미만	3.40		2.92 ab		2.45		3.05		2.99	
	4~6만원 미만	3.21		2.92 ab		2.44		2.92		2.90	
	6만원 이상	3.46		3.15 b		2.62		2.94		3.07	
용돈 금액 결정 방법	부모님과 상의	3.52	1037***	2.94	.107	2.51	1.31	3.05	.98	3.03 a	3.73*
	부모님이 결정	3.22		2.91		2.39		2.96		2.90 b	
	내가 결정	3.15		2.91		2.48		3.01		2.92 ab	
용돈 주기	매일	3.47	1.42	3.10	.976	2.58	.64	3.23 ab	3.73*	3.13	1.70
	매주	3.41		2.95		2.49		2.99 ab		2.99	
	매월	3.35		2.86		2.38		2.85 a		2.89	
	필요할 때	3.26		2.91		2.44		3.07 b		2.95	
용돈 금액 인식	부족	3.34	1.59	3.08 a	5.50**	2.52	.52	2.91	1.29	2.99	.89
	적당	3.42		2.97 ab		2.42		3.00		2.99	
	충분	3.28		2.82 b		2.44		3.04		2.93	
용돈 만족도	불만족	3.30	.05	3.10	4.14*	2.49	.09	2.82	1.86	2.96	.19
	보통	3.34		3.03		2.46		2.97		2.98	
	만족	3.34		2.86		2.44		3.03		2.95	
부모 용돈 사용 결과 확인	전혀 안함	2.95 a	21.02***	2.71 a	4.36**	2.18 a	8.49***	2.68 a	15.64***	2.66 a	22.08***
	거의 안함	3.21 ab		2.87 ab		2.35 ab		2.89 a		2.86 b	
	가끔 함	3.43 b		2.99 b		2.53 bc		3.11 b		3.05 c	
	자주 함	3.86 c		3.04 ab		2.76 c		3.32 b		3.27 d	
용돈 관리 교육 필요성 인식	불필요함	3.14 a	7.78***	2.75 a	3.25*	2.16 a	9.87***	2.76 a	13.18***	2.74 a	14.47***
	보통	3.26 a		2.93 ab		2.43 b		2.93 a		2.92 b	
	필요함	3.48 b		2.98 b		2.59 b		3.16 b		3.08 c	
용돈 통장	있다	3.49	3.90***	2.94	.63	2.43	-.43	3.06	1.61	3.02	2.11*
	없다	3.23		2.90		2.46		2.96		2.92	
자아 존중감	상(156)	3.61 a	11.95***	2.96	1.13	2.51	.42	3.18 a	6.30**	3.10 a	6.32**
	중(304)	3.27 b		2.87		2.43		2.96 b		2.91 b	
	하(156)	3.19 b		2.97		2.43		2.91 b		2.91 b	

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자는 집단 간 유의한 차이가 있음.

3) 부연령, 부모학력, 부모직업, 가계소득은 유의미한 영향이 없어 제외함.

2) 소비자사회화에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력

청소년소비자의 소비자사회화에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력을 분석하기 위하여 다중 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 9>와 같다. 독립변수들의 다중공선성문제를 확인하기 위하여 피어슨의 적률상관계수와 분산팽창계수를 분석하였으며, 상관계수분석 결과는 <부표 1>과 같다. 상관계수분석결과 독립변수들의 상관계수가 모두 0.7미만이었고, 분산팽창계수는 1.011~1.089이므로 다중공선성 문제는 없는 것으로 나타났다.

부모와의 소비자사회화에 유의한 영향을 미치는 요인은 성별, 용돈통장 유무, 용돈관리 교육 필요성 인식, 자아존중감으로 나타났으며, 설명력은 13.5%였다. 가장 큰 영향을 미치는 요인은 자아존중감이었으며, 그 다음으로는 용돈관리 교육 필요성 인식, 용돈통장 유무, 성별 순으로 영향을 미치고 있었다. 여학생이, 용돈통장을 가지고 있는 집단이, 용돈관리 교육 필요성을 인식할수록, 자아존중감이 높을수록 부모와의 소비자사회화 수준이 높은 것으로 나타났다.

친구와의 소비자사회화에 유의한 영향을 미치는 요인은 성별, 용돈 만족도였으며, 설명력은 8.4%였다. 성별이 가장 큰 영향을 미치고 있었으며, 여학생이, 용돈 만족도가 낮을수록 친구와의 소비자사회화 수준이 높은 것으로 나타났다.

대중매체의 소비자사회화에 유의한 영향을 미치는 요인은 성별, 가계소득, 용돈관리 교육 필요성 인식으로 나타났으며, 설명력은 5.2%였다. 가장 큰 영향을 미치는 요인은 용돈관리 교육 필요성 인식이었으며, 그 다음으로는 성별, 가계소득 순으로 영향을 미치고 있었다. 대중매체와의 소비자사회화 수준은 여학생이, 가계소득이 많을수록, 용돈관리 교육 필요성을 인식할수록 높은 것으로 나타났다.

학교와의 소비자사회화에 유의한 영향을 미치는 요인은 월평균용돈과 용돈관리 교육 필요성 인식이었으며, 설명력은 8.9%였다. 용돈관리 교육 필요성 인식이 가장 큰 영향을 미치고 있었으며, 월평균용돈이 적을수록, 용돈관리 교육 필요성을 높게 인식할수록 학교와의 소비자사회화 수준이 높은 것으로 나타났다.

<표 9> 소비자사회화에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력

구 분	부 모		친 구		대중매체		학 교	
	B	β	B	β	B	β	B	β
성별(남)	-.888	-.134**	-1.579	-.257***	-.758	-.148**	.275	.046
가계소득 (400만원미만)	.518	.078	.094	.015	.571	.111*	.190	.032
용돈통장(유)	1.096	.164***	.129	.021	.038	.007	.446	.074
월평균용돈	.001	.009	.005	.066	.002	.032	-.008	-.095*
용돈 만족도	-.099	-.028	-.409	-.122*	-.087	-.031	.246	.075
용돈관리교육 필요성 인식	.581	.183***	.248	.084	.423	.171***	.757	.263***
자아존중감	.103	.221***	.006	.013	-.002	-.005	.037	.088
상수	7.518		12.678		6.426		7.059	
Adj-R ²	.135		.084		.052		.089	
F	10.673***		6.696***		4.393***		7.031***	

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

2) 성별, 가계소득, 용돈통장은 더미변수로 ()집단이 1, 기타 집단은 0임.

4. 청소년소비자의 용돈관리역량

1) 일반적 특성에 따른 용돈관리역량의 차이

청소년소비자의 일반적 특성에 따라 용돈관리역량에 유의한 차이가 있는지를 분석하기 위하여 t-test와 분산분석을 실시하였다. 하위 집단 간의 차이는 Scheffe의 다중범위검증으로 분석하였으며, 그 결과는 <표 10>에 나타난 바와 같다.

용돈관리지식에 유의한 영향을 미치는 요인은 학년, 가계소득, 용돈금액 결정방법, 용돈주기, 소비자사회화 전체 수준이었으며, 다른 요인은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 용돈관리태도는 성별, 아버지 연령, 용돈주기, 용돈금액 인식, 용돈 만족도, 용돈관리 교육 필요성 인식, 용돈통장 유무, 자아존중감, 소비자사회화 전체 수준에 따라 유의한 차이가 있었으며, 다른 요인에서는 유의한 차이가 없었다. 용돈관리기능에 유의한 영향을 미치는 요인은 학년, 가계소득, 용돈금액 결정방법, 용돈금액 인식, 용돈 만족도, 용돈관리 교육 필요성 인식, 용돈통장 유무, 자아존중감, 소비자사회화 전체 수준이었으며, 다른 요인은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

성별에 따라 용돈관리태도는 유의한 차이가 있었으며, 여학생이 남학생보다 용돈관리태도가 높은 것으로 나타났다.

학년은 용돈관리지식과 용돈관리기능에 유의한 영향을 미치고 있었다. 용돈관리지식에서는 1, 2, 3학년 집단 간에 모두 유의한 차이가 나타났으며, 학년이 높을수록 용돈관리지식 수준이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 학년이 높아질수록 소비자지식이 높은 것으로 나타난 이기춘(1985), 박순덕(1999)의 연구결과와 일치한다. 학년이 높아질수록 경험이 축적되고 지적 성숙도가 높아지기 때문에 용돈관리지식 수준이 향상된 것으로 유추할 수 있다. 용돈관리기능에서는 학년에 따라 유의한 차이가 있었으나 하위 집단 간에는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

아버지 연령에 따라 용돈관리태도는 유의한 차이가 있었다. 아버지 연령이 45세 미만인 집단과 45~50세 미만인 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 아버지 연령이 45~50세미만인 집단이 45세 미만인 집단보다 용돈관리태도가 높은 것으로 나타났다.

가계소득은 용돈관리지식과 용돈관리기능에 유의한 영향을 미치는 것으로 나

타났다. 용돈관리지식의 경우, 가계소득이 200만원 미만인 집단과 400~500만원 미만인 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 400~500만원 미만인 집단이 200만원 미만인 집단보다 용돈관리지식 수준이 높은 것으로 나타났다. 용돈관리기능에서는 가계소득이 400~500만원 미만인 집단과 200만원 미만인 집단, 200~300만원 미만인 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 400~500만원 미만인 집단이 200만원 미만, 200~300만원 미만인 집단보다 용돈관리기능이 높은 것으로 나타났다.

용돈금액을 결정하는 방법은 용돈관리지식과 용돈관리기능에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 용돈관리지식의 경우, 용돈금액 결정방법에 따라 유의한 차이가 있었으나 하위 집단 간에는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 용돈관리기능에서는 부모님과 상의하여 용돈금액을 결정하는 집단과 부모님이 용돈금액을 결정하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 부모님과 상의하여 용돈금액을 결정하는 집단이 부모님이 용돈금액을 결정하는 집단보다 용돈관리기능이 더 높은 것으로 나타났다.

용돈을 받는 주기는 용돈관리지식과 용돈관리태도에 유의한 영향을 미쳤으나, 하위 집단 간에는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 이는 금융감독원(2004)의 중학생 금융이해력 측정 결과에서 용돈을 정기적으로 받는 학생이 금융이해력 수준이 높은 것으로 나타난 결과와 유사하다.

용돈금액에 대한 인식에 따라 용돈관리태도와 용돈관리기능에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 용돈금액을 부족하다고 인식하는 집단과 충분하다고 인식하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈금액이 충분하다고 인식한 집단이 부족하다고 인식한 집단보다 용돈관리기능과 용돈관리태도가 높은 것으로 나타났다.

용돈 만족도는 용돈관리태도와 용돈관리기능에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 용돈에 대한 만족도가 보통인 집단과 만족하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈에 대해 만족하는 집단이 용돈 만족도가 보통인 집단보다 용돈관리태도와 용돈관리기능이 높은 것으로 나타났다.

용돈관리 교육 필요성 인식에 따라 용돈관리태도와 용돈관리기능은 유의한 차이가 있었다. 용돈관리태도에서는 용돈관리 교육을 필요하다고 인식하는 집단과 용돈관리 교육을 불필요하거나 보통이라고 인식한 집단 간에 유의한 차이가 있었으며,

용돈관리 교육 필요성을 인식하는 집단이 그렇지 않은 집단보다 용돈관리태도가 높은 것으로 나타났다. 용돈관리기능에서는 용돈관리 교육의 필요성을 보통이라고 인식한 집단과 필요하다고 인식한 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈관리 교육의 필요성을 인식하는 집단이 보통인 집단보다 용돈관리기능이 더 높은 것으로 나타났다.

용돈통장 유무에 따라 용돈관리태도와 용돈관리기능은 유의한 차이가 있었다. 용돈통장이 있는 집단이 용돈통장이 없는 집단보다 용돈관리태도와 용돈관리기능이 높은 것으로 나타났다.

자아존중감은 용돈관리태도와 용돈관리기능에 유의한 영향을 미치고 있었다. 자아존중감 상, 중, 하 집단 간에 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 자아존중감이 높을수록 용돈관리태도와 용돈관리기능 모두 높은 것으로 나타났다. 이는 자아존중감이 높을수록 소비자기능 수준이 높은 것으로 나타난 정지영(2003)의 연구와 일치한다.

소비자사회화 전체 수준은 용돈관리지식, 용돈관리태도, 용돈관리기능 모두에 유의한 영향을 미치고 있었다. 용돈관리지식과 용돈관리태도에서는 소비자사회화 전체 수준이 상인 집단과 하집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 소비자사회화가 높은 집단이 낮은 집단보다 용돈관리지식과 용돈관리태도가 높은 것으로 나타났다. 용돈관리기능에서는 소비자사회화 전체 수준이 상인 집단과 중집단 및 하집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 소비자사회화가 상인 집단이 중집단 및 하집단 보다 용돈관리기능이 높은 것으로 나타났다.

이러한 결과를 통해, 청소년소비자가 소비자사회화 작용인과 용돈관리에 대한 상호작용 수준이 높을수록 용돈관리역량이 높게 나타나고 있음을 알 수 있다.

<표 10> 일반적 특성에 따른 용돈관리역량의 차이

변수	구분	용돈관리지식		용돈관리태도			용돈관리기능			
		평균(SD)	S	t/F	평균(SD)	S	t/F	평균(SD)	S	t/F
성별	남자	10.91(1.82)		-1.60	3.78(.58)		-2.55*	3.76(.65)		-1.50
	여자	11.13(1.75)			3.90(.53)			3.84(.62)		
학년	1학년	10.42(1.41)	a	22.23***	3.84(.55)	.767	3.75(.62)	3.38*		
	2학년	11.02(1.93)	b		3.88(.54)		3.89(.63)			
	3학년	11.58(1.75)	c		3.81(.58)		3.76(.64)			
부연령	45세미만	10.90(1.68)		2.36	3.73(.57)	a	6.22**	3.75(.64)	2.32	
	45~50세미만	11.18(1.74)			3.93(.52)	b		3.86(.62)		
	50세이상	10.83(1.85)			3.81(.57)	ab		3.75(.62)		
가계소득	200만원 미만	10.47(1.56)	a	3.58**	3.76(.53)	.94	3.53(.55)	a	3.26*	
	200~300만원미만	10.84(1.83)	ab		3.86(.53)		3.83(.60)	a		
	300~400만원미만	10.84(1.95)	ab		3.79(.49)		3.74(.60)	ab		
	400~500만원미만	11.41(1.61)	b		3.91(.61)		3.88(.70)	b		
	500만원 이상	11.24(1.80)	ab		3.82(.60)		3.81(.63)	ab		
용돈금액 결정방법	부모님과 상의	11.22(1.74)		3.08*	3.89(.56)	2.75	3.90(.65)	a	5.61**	
	부모님이 결정	10.92(1.82)			3.83(.54)		3.74(.61)	b		
	내가 결정	10.72(1.71)			3.72(.59)		3.69(.63)	ab		
용돈주기	매일	10.47(1.83)		2.89*	3.74(.63)	3.11*	3.77(.72)	.285		
	매주	10.90(1.72)			3.76(.56)		3.77(.61)			
	매월	11.35(1.83)			3.89(.52)		3.80(.62)			
	필요할 때	11.00(1.78)			3.90(.56)		3.83(.64)			
용돈금액 인식	부족	11.05(1.83)		1.57	3.73(.55)	a	4.33*	3.70(.60)	a	3.88*
	적당	11.19(1.74)			3.82(.54)	ab		3.76(.63)	ab	
	충분	10.90(1.79)			3.90(.57)	b		3.87(.64)	b	
용돈만족도	불만족	11.30(1.69)		.589	3.80(.59)	ab	15.22***	3.75(.63)	ab	10.17***
	보통	10.97(1.89)			3.65(.54)	a		3.62(.57)	a	
	만족	11.02(1.75)			3.93(.54)	b		3.88(.64)	b	
용돈관리 교육 필요성	불필요함	10.76(1.88)		2.59	3.75(.57)	a	10.62***	3.78(.70)	ab	6.51**
	보통	10.95(1.73)			3.75(.53)	a		3.70(.60)	a	
	필요함	11.19(1.78)			3.96(.56)	b		3.90(.62)	b	
용돈통장	있다	11.18(1.78)		1.86	3.90(.56)	2.16*	3.86(.63)	2.05*		
	없다	10.91(1.78)			3.80(.55)		3.76(.63)			
자아 존중감	상(156)	11.28(1.68)		2.50	4.06(.61)	a	27.87***	4.11(.70)	a	33.75***
	중(304)	10.99(1.81)			3.85(.50)	b		3.77(.58)	b	
	하(156)	10.83(1.82)			3.61(.52)	c		3.55(.53)	c	
소비자 사회화	상(138)	11.30(1.89)	a	4.01*	3.96(.57)	a	4.32*	4.11(.63)	a	23.98***
	중(331)	11.05(1.64)	ab		3.82(.56)	ab		3.73(.56)	b	
	하(147)	10.71(1.94)	b		3.78(.53)	b		3.67(.69)	b	

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자는 집단 간 유의한 차이가 있음.

3) 모연령, 부모학력, 부모직업, 월평균용돈, 부모의 용돈 사용결과 확인은 유의미한 영향이 없어 제외함.

4) 상·중·하 집단은 평균 ± 표준편차를 기준으로 구분하였음.

2) 용돈관리역량에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력

청소년소비자의 용돈관리역량에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력을 분석하기 위하여 다중 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 11>과 같다.

독립변수들의 다중공선성문제를 확인하기 위하여 피어슨의 적률상관계수와 분산팽창계수를 분석하였으며, 상관관계분석 결과는 <부표 1>과 같다. 상관관계분석 결과 독립변수들의 상관관계가 모두 0.7미만이었고, 분산팽창계수는 1.050~1.595이므로 다중공선성 문제는 없는 것으로 나타났다.

용돈관리지식에 유의한 영향을 미치는 요인은 가계소득, 용돈관리 교육 필요성 인식, 부모와의 소비자사회화였고, 성별, 용돈통장 유무, 월평균용돈, 용돈 만족도, 자아존중감, 친구·대중매체·학교와의 소비자사회화는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 설명력은 4.6%이었다. 용돈관리지식에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 가계소득이었으며, 그 다음으로는 부모와의 소비자사회화, 용돈관리 교육 필요성 인식 순으로 유의한 영향을 미치고 있었다.

청소년소비자의 용돈관리지식은 가계소득이 많을수록, 용돈관리 교육 필요성을 높게 인식할수록, 용돈과 관련된 부모와의 상호작용 수준이 높을수록 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 부모가 일상생활에서 자녀와 용돈과 관련된 다양한 개념과 지식에 대해 이야기함으로써 청소년소비자의 용돈관리지식 수준을 높이는 결과를 가져온 것으로 보인다. 반면, 학교와의 소비자사회화는 용돈관리지식에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나, 청소년들이 학교 소비자교육을 통해 용돈관리에 도움이 되는 실천적인 지식을 형성할 수 있도록 개선해나가야 할 것으로 보인다.

용돈관리태도에 유의한 영향을 미치는 요인은 성별, 용돈 만족도, 용돈관리 교육 필요성 인식, 자아존중감, 부모·친구·대중매체·학교와의 소비자사회화였으며, 가계소득, 용돈통장 유무, 월평균용돈은 유의한 영향을 미치지 않았다. 설명력은 23.9%이었다. 용돈관리태도에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 학교와의 소비자사회화였으며, 그 다음으로는 자아존중감, 용돈 만족도, 성별, 친구와의 소비자사회화, 부모·대중매체와의 소비자사회화, 용돈관리 교육 필요성 인식 순이었다.

청소년소비자의 용돈관리태도는 여학생이 남학생보다 높았으며, 용돈 만족도, 자아존중감, 부모·학교와의 소비자사회화 수준이 높을수록, 용돈관리 교육 필요성을

높게 인식할수록, 친구·대중매체와의 소비자사회화 수준이 낮을수록 용돈관리 태도가 높은 것으로 나타났다. 이는 청소년기에 친구집단과 소비에 대한 상호작용을 많이 할수록 물질주의, 과시소비와 같은 소비태도 습득에 영향을 미친다는 선행 연구(편세린, 1997; 김지영, 1998)와 대중매체의 영향력이 청소년소비자의 소비 지향태도에 영향을 미친다고 밝힌 소영하·한유진(2013)의 연구와 유사한 결과이다. 따라서 청소년소비자들이 또래의 동조성이나 대중매체의 무분별한 광고 등에 영향을 받아 바람직하지 못한 용돈관리태도를 습득하지 않도록 지도가 필요할 것으로 보인다.

용돈관리기능에 유의한 영향을 미치는 요인은 성별, 용돈 만족도, 자아존중감, 부모·학교와의 소비자사회화였고, 가계소득, 용돈통장 유무, 월평균용돈, 용돈관리 교육 필요성 인식, 친구·대중매체와의 소비자사회화는 유의한 영향을 미치지 않았으며, 설명력은 19.8%이었다. 용돈관리기능에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 학교와의 소비자사회화였으며, 그 다음으로는 자아존중감, 용돈 만족도, 부모와의 소비자사회화, 성별인 것으로 나타났다.

청소년소비자의 용돈관리기능은 여학생이 남학생보다 높았으며, 용돈 만족도, 자아존중감, 부모·학교와의 상호작용 수준이 높을수록 용돈관리기능이 높은 것으로 나타났다.

<표 11> 용돈관리역량에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력

구 분	용돈관리지식		용돈관리태도		용돈관리기능	
	B	β	B	β	B	β
성별(남)	-.160	-.045	-1.759	-.161***	-1.477	-.118*
가계소득 (400만원 미만)	.601	.168**	.473	.043	.607	.049
용돈통장(유)	.201	.056	.013	.001	.429	.034
월평균용돈	-.001	-.031	-.006	-.038	-.001	-.005
용돈 만족도	-.024	-.012	1.149	.193***	1.039	.153**
용돈관리 교육 필요성 인식	.191	.111*	.510	.097*	-.073	-.012
자아존중감	.001	.006	.153	.199***	.183	.208***
부모	.069	.128*	.220	.133*	.266	.141***
친구	-.012	-.020	-.259	-.145**	-.184	-.090
대중매체	-.057	-.082	-.284	-.133*	.056	.023
학교	.025	.041	.478	.262***	.480	.231***
상수	9.576		23.563		19.680	
Adj-R ²	.046		.239		.198	
F	2.885**		13.395***		10.742***	

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

2) 성별, 가계소득, 용돈통장은 더미변수로 ()집단이 1, 기타 집단은 0임.

5. 청소년소비자의 용돈관리행동

1) 일반적 특성과 용돈관리역량에 따른 용돈관리행동의 차이

청소년소비자의 일반적 특성과 용돈관리역량에 따라 용돈관리행동에 유의한 차이가 있는지를 분석하기 위하여 t-test와 분산분석을 실시하였다. 하위 집단 간의 차이는 Scheffe의 다중범위검증으로 분석하였으며, 그 결과는 <표 12>에 나타난 바와 같다.

청소년소비자의 용돈관리행동에 유의한 영향을 미치는 요인은 용돈금액 결정 방법, 용돈금액 인식, 용돈 만족도, 부모의 용돈 사용결과 확인, 용돈관리 교육 필요성 인식, 용돈통장 유무, 자아존중감, 소비자사회화 전체 수준, 용돈관리역량이었으며, 성별, 학년, 부모의 연령, 학력, 직업, 가계소득, 월평균용돈과 용돈주기는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

용돈금액을 결정하는 방법에서는 부모님과 상의하여 용돈금액을 결정하는 집단과 용돈금액을 부모님이 결정하거나 자신이 결정하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 부모님과 상의하여 용돈금액을 결정하는 집단이 그렇지 않은 집단보다 용돈관리행동을 더 잘하고 있는 것으로 나타났다.

용돈금액에 대한 인식에서는 용돈금액을 부족하다고 인식하는 집단과 충분하다고 인식하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈금액을 충분하다고 인식하는 집단이 부족하다고 인식하는 집단보다 용돈관리행동을 더 잘하는 것으로 나타났다.

용돈 만족도에서는 용돈에 대해 만족하는 집단과 용돈 만족도가 보통, 불만족인 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈에 대해 만족하는 집단이 그렇지 않은 집단보다 용돈관리행동을 더 잘하는 것으로 나타났다.

부모님이 용돈 사용결과를 확인하는 정도에 따라서는 부모님이 용돈 사용결과를 전혀, 거의 확인하지 않는 집단과 가끔, 자주 확인하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 부모님이 용돈 사용결과를 가끔 및 자주 확인하는 집단이 그렇지 않은 집단보다 용돈관리행동을 더 잘하는 것으로 나타났다. 이는 부모가 자녀의 용돈 사용 및 관리에 대해 관심을 갖는 것이 중요함을 시사하고 있다.

용돈관리 교육 필요성 인식에서는 용돈관리 교육을 필요하다고 인식하는 집단과

용돈관리 교육의 필요성이 보통이거나 불필요하다고 인식하는 집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 용돈관리 교육 필요성을 인식하는 집단이 그렇지 않은 집단보다 용돈관리행동을 더 잘하는 것으로 나타났다. 또한, 용돈통장을 가지고 있는 집단이 용돈통장이 없는 집단보다 용돈관리행동 수준이 더 높은 것으로 나타났다.

자아존중감에서는 자아존중감이 상인 집단과 중, 하집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 자아존중감이 높은 집단이 그렇지 않은 집단보다 용돈관리행동을 더 잘하는 것으로 나타났다. 이는 자아존중감이 높을 때 청소년소비자의 물질주의 가치가 낮게 나타난 김유연(2001)의 연구와 유사한 결과로 볼 수 있다.

소비자사회화 전체 수준에서는 소비자사회화 상, 중, 하 집단 간에 모두 유의한 차이가 있었으며, 용돈과 관련된 소비자사회화가 많이 이루어질수록 용돈관리행동을 더 잘하는 것으로 나타났다.

용돈관리역량에서는 용돈관리지식이 중인 집단과 하집단 간에 유의한 차이가 있었으며, 상집단과 중, 하집단 간에는 유의한 차이가 없었다. 용돈관리지식 수준이 보통인 집단이 낮은 집단보다 용돈관리행동을 더 잘하는 것으로 나타났다. 또한 용돈관리태도와 용돈관리기능에서는 상, 중, 하 집단 간에 모두 유의한 차이가 있었으며, 용돈관리태도와 용돈관리기능이 높을수록 용돈관리행동을 잘하는 것으로 나타났다.

이상의 결과에 의하면, 용돈금액을 부모님과 상의하여 결정하는 집단이, 용돈금액을 충분하다고 인식하는 집단이, 용돈에 대해 만족하는 집단이, 부모님께서 용돈 사용결과를 확인하는 집단이, 용돈관리 교육 필요성을 인식하는 집단이, 용돈통장을 가지고 있는 집단이, 자아존중감, 소비자사회화 수준, 용돈관리역량이 높은 집단이 용돈관리행동을 잘하고 있음을 알 수 있다.

<표 12> 일반적 특성과 용돈관리역량에 따른 용돈관리행동의 차이

변수	구분	평균(SD)	S	t/F	
용돈금액 결정방법	부모님과 상의	2.91(.63)	a	5.26**	
	부모님이 결정	2.77(.67)	b		
	내가 결정	2.69(.54)	b		
용돈금액 인식	부족	2.64(.67)	a	8.81***	
	적당	2.78(.64)	ab		
	충분	2.92(.62)	b		
용돈 만족도	불만족	2.60(.73)	a	16.14***	
	보통	2.63(.55)	a		
	만족	2.92(.65)	b		
부모의 용돈 사용결과 확인	전혀 안 함	2.61(.66)	a	12.60***	
	거의 안함	2.68(.58)	a		
	가끔 함	2.91(.63)	b		
	자주 함	3.08(.66)	b		
용돈관리 교육 필요성 인식	불필요함	2.63(.73)	a	12.88***	
	보통	2.75(.55)	a		
	필요함	2.96(.65)	b		
용돈통장	있다	2.95(.65)		4.42***	
	없다	2.72(.62)			
자아존중감	상(156)	3.00(.81)	a	9.90***	
	중(304)	2.80(.56)	b		
	하(156)	2.69(.58)	b		
소비자사회화 전체 수준	상(138)	3.15(.66)	a	34.73***	
	중(331)	2.81(.55)	b		
	하(147)	2.55(.68)	c		
용돈관리역량	용돈관리지식	상(120)	2.83(.65)	ab	4.38*
		중(401)	2.86(.64)	a	
		하(95)	2.64(.63)	b	
용돈관리태도	상(154)	3.24(.76)	a	56.55***	
	중(330)	2.73(.52)	b		
	하(132)	2.55(.54)	c		
용돈관리기능	상(149)	3.29(.79)	a	78.06***	
	중(328)	2.76(.49)	b		
	하(139)	2.46(.49)	c		

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자의 집단 간 유의한 차이가 있음.

3) 상·중·하 집단은 평균 ± 표준편차를 기준으로 구분하였음.

3) 성별, 학년, 부모연령, 부모학력, 부모직업, 가계소득, 월평균용돈, 용돈주기는 유의미한 영향이 없어 제외함.

2) 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력

청소년소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력을 분석하기 위하여 다중 회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 <표 13>과 같다.

독립변수들의 다중공선성문제를 확인하기 위하여 피어슨의 적률상관계수와 분산팽창계수를 분석하였으며, 상관관계분석 결과는 <부표 1>과 같다. 상관관계분석 결과 독립변수들의 상관관계가 모두 0.7미만이었고, 분산팽창계수는 1.056~2.211이므로 다중공선성 문제는 없는 것으로 나타났다.

용돈관리행동에 유의한 영향을 미치는 요인은 성별, 가계소득, 용돈통장 유무, 용돈 만족도, 부모·대중매체·학교와의 소비자사회화, 용돈관리태도, 용돈관리기능이었으며, 설명력은 43.6%였다. 월평균용돈, 용돈관리 교육 필요성 인식, 자아존중감, 친구와의 소비자사회화, 용돈관리지식은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

용돈관리행동에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 용돈관리기능이었으며, 그 다음으로는 용돈 만족도, 부모와의 소비자사회화, 용돈관리태도, 대중매체와의 소비자사회화, 성별, 용돈통장 유무, 학교와의 소비자사회화, 가계소득 순으로 나타났다.

청소년소비자의 용돈관리행동은 남학생과 용돈통장을 가지고 있는 집단이 잘하고 있는 것으로 나타났으며, 가계소득이 많을수록, 용돈 만족도가 높을수록, 부모·대중매체·학교와의 소비자사회화 수준이 높을수록, 용돈관리태도와 용돈관리기능이 높을수록 용돈관리행동을 잘하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 자신 명의의 용돈통장이 청소년들에게 용돈관리에 대한 책임의식을 갖게 하고, 계획적으로 용돈을 사용할 수 있게 만드는 등의 경제교육 기회를 제공하여 용돈관리행동을 잘하게 만드는 것으로 볼 수 있다. 그리고 청소년소비자들은 용돈관리와 관련된 부모·대중매체·학교와의 소비자사회화 과정을 통해 용돈관리, 저축 등과 관련된 정보를 얻고 이를 바탕으로 바람직한 용돈관리행동을 보이는 것으로 해석할 수 있다. 또한, 용돈관리지식보다 용돈관리태도와 용돈관리기능이 용돈관리행동에 더 많은 영향을 미치고 있었으므로, 용돈관리 교육 시, 청소년소비자가 바람직한 용돈관리태도를 형성하고 용돈관리를 하는데 적용하고 실천할 수 있는 실천적인 지식과 방안을 제시해주는 것이 효과적일 것으로 사료된다.

<표 13> 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력

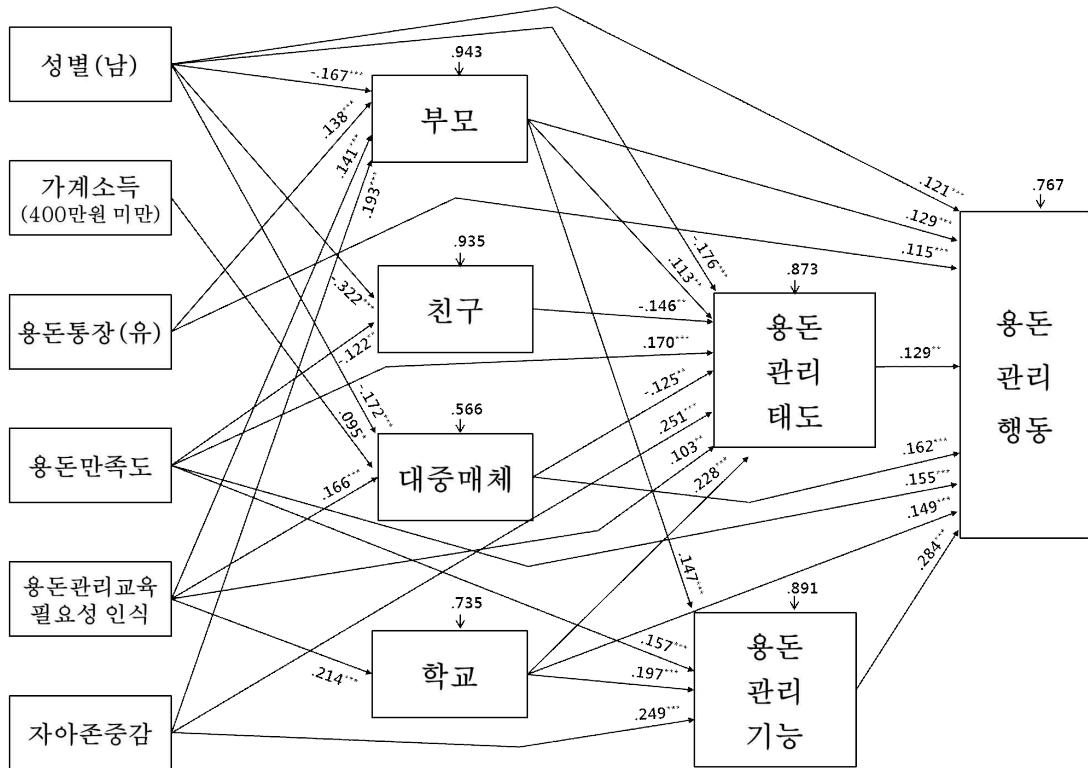
구 분	B	β
성별(남)	1.794	.122**
가계소득(400만원 미만)	1.213	.083*
용돈통장(유)	1.629	.110**
월평균용돈	-.014	-.069
용돈 만족도	1.156	.145***
용돈관리 교육 필요성 인식	.368	.052
자아존중감	.035	.034
부모	.345	.156**
친구	.174	.073
대중매체	.371	.130**
학교	.262	.107*
용돈관리지식	-.285	-.070
용돈관리태도	.194	.145**
용돈관리기능	.325	.277***
상수	-6.461	
Adj-R ²	.436	
F	24.882***	

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

2) 성별, 가계소득, 용돈통장은 더미변수로 ()집단이 1, 기타 집단은 0임.

6. 청소년소비자의 용돈관리행동 영향 요인들의 인과적 효과

청소년소비자의 용돈관리행동에 유의한 영향을 미치는 요인들의 인과적 관계를 분석하기 위해 경로분석을 실시한 결과는 <그림 3>과 같으며, 인과적 효과를 분석한 결과는 <표 16>과 같다.



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

2) 성별, 가계소득, 용돈통장은 더미변수로 ()집단이 1, 기타 집단은 0임.

<그림 3> 용돈관리행동 관련 요인들의 경로모형

<그림 3>에서 보는 바와 같이 가계소득, 용돈관리 교육 필요성 인식, 자아존중감은 청소년소비자의 용돈관리행동에 직접적으로는 유의한 영향을 미치지 않았으나, 가계소득은 대중매체와의 소비자사회화를 통하여, 용돈관리 교육 필요성 인식은 부모·대중매체·학교와의 소비자사회화와 용돈관리태도를 통하여, 자아존중감은 부모와의 소비자사회화, 용돈관리태도, 용돈관리기능을 통하여 간접적으로는 유의한 영향을 미치고 있었다. 이러한 결과를 통해, 가계소득, 용돈관리 교육 필

요성 인식, 자아존중감은 청소년소비자의 용돈관리행동에 매개요인으로 작용하고 있음을 알 수 있었다.

성별, 용돈통장 유무, 용돈 만족도, 소비자사회화 작용인 부모·대중매체·학교는 용돈관리행동에 직접적으로 영향을 미치고 있었을 뿐만 아니라, 성별은 부모·친구·대중매체와의 소비자사회화와 용돈관리태도를 통하여, 용돈통장은 부모와의 소비자사회화를 통하여, 용돈 만족도는 친구와의 소비자사회화, 용돈관리태도와 용돈관리기능을 통하여, 부모·학교와의 소비자사회화는 용돈관리태도와 용돈관리기능을 통하여, 대중매체와의 소비자사회화는 용돈관리태도를 통하여 간접적으로도 용돈관리행동에 유의한 영향을 미치고 있었다.

부모와 학교의 소비자사회화 작용인은 용돈관리태도와 용돈관리기능을 통하여 간접적으로 용돈관리행동에 유의한 영향을 미치고 있었다. 이는 용돈과 관련된 부모·학교와의 상호작용을 통해 바람직한 용돈관리태도를 형성하고 용돈관리기능 수준이 높아져 용돈관리행동을 잘하는 것으로 해석할 수 있다.

친구와 대중매체의 소비자사회화 작용인은 용돈관리태도를 통해서도 부적으로 영향을 미치고 있는 것으로 나타나, 용돈과 관련된 친구·대중매체와의 소비자사회화 수준이 높을수록 용돈관리태도가 낮은 것으로 나타났다. 이는 청소년소비자가 친구·대중매체와의 상호작용을 통해 바람직하지 못한 용돈관리태도를 습득하고, 이로 인해 용돈관리행동이 낮아지는 것으로 해석할 수 있다. 반면, 대중매체와의 소비자사회화는 용돈관리행동에 직접적으로는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 청소년소비자들이 대중매체를 통해 용돈관리에 대한 유용한 정보를 얻음으로써 용돈관리행동을 높이는 결과를 가져온 것으로 보인다.

<표 14>에 의하면 청소년소비자의 용돈관리행동에 가장 큰 인과적 영향을 미치는 요인은 용돈관리기능이었으며, 그 다음으로는 학교와의 소비자사회화, 용돈 만족도, 부모와의 소비자사회화, 대중매체와의 소비자사회화, 용돈통장 유무, 자아존중감, 용돈관리태도, 용돈관리 교육 필요성 인식 등의 순이었다. 이처럼 청소년소비자의 용돈관리기능이 용돈관리행동에 가장 큰 인과적 영향을 미치고 있으므로, 청소년소비자의 용돈관리기능을 높일 수 있도록 청소년소비자가 일상생활에서 용돈관리를 하는데 적용하고 실천할 수 있는 방안을 제시해주는 교육이 필요할 것으로 사료된다.

간접적으로 용돈관리행동에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 자아존중감이었으며, 그 다음으로는 용돈관리 교육 필요성 인식, 학교와의 소비자사회화, 용돈 만족도, 부모와의 소비자사회화, 용돈통장 유무 등의 순으로 나타났다. 자아존중감이 높을 수록 부모와의 소비자사회화 수준, 용돈관리태도와 용돈관리기능 수준 모두 높아져 바람직한 용돈관리행동을 보이는 것으로 사료된다.

<표 14> 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 인과적 효과

독립변수	직접효과	간접효과							총효과
		소비자사회화				용돈관리태도	용돈관리기능	계	
		부모	친구	대중매체	학교				
성별(남)	.121	-.031	.006	-.025	-	-.023	-	-.073	.048
가계소득 (400만원 미만)	-	-	-	.017	-	-	-	.017	.017
용돈통장(유)	.115	.026	-	-	-	-	-	.026	.141
용돈 만족도	.155	-	.002	-	-	.022	.045	.069	.224
용돈관리교육 필요성 인식	-	.026	-	.024	.050	.013	-	.113	.113
자아존중감	-	.036	-	-	-	.032	.071	.139	.139
부모	.129	-	-	-	-	.015	.042	.057	.186
친구	-	-	-	-	-	-.019	-	-.019	-.019
대중매체	.162	-	-	-	-	-.016	-	-.016	.146
학교	.149	-	-	-	-	.029	.056	.085	.234
용돈관리태도	.129	-	-	-	-	-	-	-	.129
용돈관리기능	.284	-	-	-	-	-	-	-	.284

주) 성별, 가계소득, 용돈통장은 더미변수로 ()집단이 1, 기타 집단은 0임.

V. 결론 및 제언

이 연구는 제주지역 중학생을 대상으로 청소년소비자의 용돈 사용 실태를 파악하고, 청소년소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들의 상대적 영향력과 인과적 효과를 분석하였다. 이러한 연구결과는 가정과 학교에서 청소년소비자의 합리적인 용돈관리를 위한 소비자교육을 실시하거나 소비자교육 프로그램을 개발하는데 기초자료를 제공하게 될 것이다.

이 연구의 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 제주지역 중학생의 월평균용돈은 42,000원이었고, 46.1%의 중학생들이 부모님께서 용돈금액을 결정하고 있었다. 용돈은 필요할 때마다 수시로 받는 경우가 40.4%로 많았으며, 용돈은 주로 간식비, 교양오락비에 사용하고 있었다. 부모님이 용돈 사용결과를 확인하는 경우는 59.1%였으며, 66.2%의 중학생이 자신의 용돈에 대해 만족하고 있었다. 그리고 용돈관리 교육이 필요하다고 인식하는 중학생은 43.8%였으며, 64.9%의 중학생이 저축을 하고 있었다. 용돈통장을 가지고 있는 중학생은 42.5%였고, 부모님께서 용돈통장을 만들어주신 경우(79.8%)가 대부분이었으며, 용돈통장을 가진 학생 중 22.5%가 현금카드를 가지고 있었다.

둘째, 청소년소비자의 용돈관리역량에서 용돈관리지식은 가계소득이 많을수록, 용돈관리 교육 필요성을 높게 인식할수록, 부모와의 소비자사회화 수준이 높을수록 높았으며, 용돈관리태도는 여학생이, 용돈 만족도와 자아존중감이 높을수록, 부모·학교와의 소비자사회화 수준이 높을수록, 용돈관리 교육 필요성을 높게 인식할수록, 친구·대중매체와의 소비자사회화 수준이 낮을수록 높았다. 용돈관리기능은 여학생이, 용돈 만족도와 자아존중감이 높을수록, 부모·학교와의 소비자사회화 수준이 높을수록 높았다.

셋째, 청소년소비자의 용돈관리행동에 유의한 영향을 미치는 요인은 성별, 가계소득, 용돈통장 유무, 용돈 만족도, 부모, 대중매체, 학교와의 소비자사회화, 용돈관리태도, 용돈관리기능이었으며, 용돈관리기능이 가장 큰 영향을 미치고 있었다.

용돈관리행동은 남학생이, 용돈통장을 가지고 있는 청소년소비자가, 가계소득이 많을수록, 용돈 만족도가 높을수록, 부모·대중매체·학교와의 소비자사회화 수준이 높을수록, 용돈관리태도와 용돈관리기능이 높을수록 용돈관리행동을 잘하고 있었다.

넷째, 청소년소비자의 용돈관리행동에 가장 큰 인과적 영향을 미치는 요인은 용돈관리기능이었으며, 간접적으로는 자아존중감이 가장 큰 영향을 미치고 있었다. 또한, 성별, 용돈통장 유무, 부모·대중매체·학교와의 소비자사회화는 용돈관리행동에 직접적인 영향뿐만 아니라, 용돈관리태도와 용돈관리기능을 통하여 간접적으로도 유의한 영향을 미치고 있었으며, 가계소득, 용돈관리 교육 필요성 인식, 자아존중감은 청소년소비자의 용돈관리행동에 직접적으로는 유의한 영향을 미치지 않았으나, 소비자사회화 작용인, 용돈관리태도와 용돈관리기능을 통하여 간접적으로는 유의한 영향을 미치고 있었다. 이러한 결과를 통해, 가계소득, 용돈관리 교육 필요성 인식, 자아존중감은 청소년소비자의 용돈관리행동에 매개요인으로 작용하고 있음을 알 수 있다.

이상의 결과를 바탕으로 청소년소비자의 용돈관리행동을 증진시키기 위한 소비자교육의 내용과 방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 용돈관리역량은 청소년소비자의 용돈관리행동에 중요한 영향을 미치는 요인이므로, 청소년소비자의 용돈관리역량을 강화시키기 위한 교육 프로그램의 개발이 요구된다. 또한, 용돈관리역량의 구성요인에서 용돈관리지식 보다 용돈관리기능과 용돈관리태도가 청소년소비자의 용돈관리행동에 더 많은 영향을 미치고 있었다. 따라서 청소년소비자의 용돈관리행동을 증진시키기 위해서는 바람직한 용돈관리태도를 형성하고 용돈관리를 하는데 적용하고 실천할 수 있는 방안을 제시해주는 소비자교육이 효과적일 것으로 사료된다.

둘째, 청소년소비자들은 용돈관리와 관련된 부모·대중매체·학교와의 소비자사회화 수준이 높을수록 바람직한 용돈관리행동을 보이고 있었다. 따라서 가정에서의 용돈관리교육이 좀 더 체계적으로 행해질 수 있도록 학부모를 대상으로 한 소비자교육 지원과 실시가 요구된다. 그리고 대중매체는 청소년소비자의 용돈관리에 도움이 되는 정보 제공과 용돈과 관련된 프로그램 개발이 필요할 것으로 보인다.

또한, 학교에서는 청소년소비자의 용돈관리역량 강화와 용돈관리행동을 증진시키기 위하여 학생들에게 용돈관리와 관련된 다양한 교육 기회와 경험을 제공하고, 교사는 정규 수업시간 뿐만 아니라 용돈관리의 중요성과 용돈관리 방법 등에 대한 생활 지도가 필요할 것으로 보인다. 이렇게 부모·학교·대중매체가 연계되어 청소년 소비자의 용돈관리 교육을 위한 상호 보완적인 역할을 담당한다면 그 교육 효과가 더욱 향상될 것으로 기대된다.

셋째, 용돈통장을 가지고 있는 청소년소비자가 용돈관리행동을 더 잘하고 있는 것으로 나타나, 용돈통장이 청소년소비자의 계획적인 용돈관리와 사용에 도움을 주고 있음을 알 수 있다. 따라서 가정과 학교에서는 청소년소비자들이 용돈통장을 활용하여 합리적으로 용돈을 관리할 수 있도록 지도가 필요할 것으로 보인다.

넷째, 자아존중감이 높을수록 부모와의 소비자사회화 수준, 용돈관리태도, 용돈 관리기능 수준 모두 높아져 바람직한 용돈관리행동을 보이는 것으로 나타났다. 따라서 청소년소비자의 자아존중감을 향상시켜 용돈관리역량과 용돈관리행동을 증진시킬 수 있도록, 청소년의 자아존중감 향상을 위한 프로그램 개발이 요구된다.

이 연구는 청소년소비자의 용돈관리행동에 영향을 미치는 요인들을 검증하여 청소년소비자의 용돈관리행동을 증진시킬 수 있는 소비자교육 프로그램을 개발 하는데 기초자료를 제시했다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있으나, 다음과 같은 연구의 한계점을 지닌다.

첫째, 이 연구는 제주지역 중학생을 대상으로 조사하였기 때문에, 우리나라 청소년소비자의 보편적인 용돈관리행동으로 일반화하기에는 제한이 따른다. 따라서 후속 연구에서는 전국의 중·고등학생을 대상으로 조사 범위를 확대해서 실시한다면 일반성 있는 결과를 도출해 낼 수 있을 것이다.

둘째, 청소년소비자의 용돈관리역량을 측정하는데 있어 선행연구의 부족과 여러 제약요인으로 인하여 척도의 구성 및 분석에 한계점을 지닌다. 용돈관리역량 측정 도구에 대한 심층적이고 체계적인 후속 연구가 이루어진다면, 우리나라 청소년 소비자의 용돈관리역량 수준을 파악하고 국가 정책과 학교 현장에서 소비자 교육의 효과성과 프로그램을 개발하는데 유용하게 활용될 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

[국내 문헌]

- 강지현, 천혜정(2010). 초등학생의 돈에 대한 가치관 및 금융 지식이 용돈소비행동에 미치는 영향. 소비자정책교육연구, 6(4), 51-71.
- 고대영(2012). 계획행동이론을 적용한 외식소비자의 건강메뉴 구매의도에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 곽일심(2004). 청소년의 용돈관리행동에 관한 연구 : 용돈관리교육·부모관여·경제가치관을 중심으로. 진주산업대학교 벤처경영대학원 석사학위논문.
- 권경자(2007). 중학생의 용돈관리행동과 소비자교육. 경상대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 권경자, 장상옥(2007). 주체별 소비자교육이 중학생 소비자의 용돈관리행동에 미치는 영향. 한국가정과교육학회, 19(4), 153-173.
- 권미화(2000). 청소년소비자의 소비가치와 소비행동의 합리성. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 금희조(2006). 텔레비전 시청이 물질주의적 소비와 공적 사회 참여에 미치는 영향. 한국언론학보, 50(6), 362-388.
- 김기수 외 15인(2013). 기술·가정①. 서울 : 원교재사.
- 김미리, 김시월(2010). 소비자의 자아존중감과 소비행동 관련성 연구 : 심리적 가정환경을 중심으로. 한국가정관리학회지, 28(5), 209-223.
- 김민정(2001). 청소년의 상징적 소비성향과 충동구매에 관한 연구. 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 김영균(2011). 중학생들의 금융이해력과 결정요인 분석. 인하대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김영옥, 서정희(2000). 청소년소비자의 자아존중감 및 인구사회학적 변수가 소비자주의성향에 미치는 영향 -울산광역시를 중심으로-. 소비문화연구, 3(3), 21-42.
- 김유연(2001). 가정환경 변인 및 청소년의 자아존중감과 물질주의 가치관간의 관계.

- 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김은정(2009). 중학생의 금융이해력 제고에 관한 연구 : 수도권을 중심으로. 숙명여자대학교 정책·산업대학원 석사학위논문.
- 김재문(1992). 가족커뮤니케이션 유형과 소비자사회화와의 관계에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김정미(2000). 청소년 소비자의 충동구매 영향요인과 구매 후 만족도. 충북대학교 대학원 석사학위논문.
- 김정현(2011). 소비자 재무관리역량 척도 및 지수 개발 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 김정현, 최현자(2012). 우리나라소비자의 재무관리역량. 소비자학연구, 23(1), 229-254.
- 김지영(1998). 청소년의 과소비성향에 관한 일 연구 : 고등학교 학생을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김지영, 이형실(2010). 청소년의 가족 및 또래 요인이 자아존중감에 미치는 영향. 한국가정과교육학회지, 22(1), 21-32.
- 김혜선, 김시월, 김정훈, 허경옥, 정순희, 배미경(2002). 소비자교육의 이해. 서울 : 시그마프레스.
- 김효정(2004). 아동소비자의 용돈관리행동과 구매행동에 관한 연구. 대한가정학회지, 42(8), 77-93.
- 나순옥(2005). 청소년소비자의 과소비성향에 영향을 미치는 변인 연구 : 사회화대행변인을 중심으로. 인제대학교 대학원 석사학위논문.
- 문숙재, 김지희(1989). 어머니의 소비자사회화수준이 자녀의 소비자기능에 미치는 영향에 관한 연구. 대한가정학회지, 27(4), 105-121.
- 문점애(2013). 초등학교 소비자역량 교육프로그램 구안과 적용 효과. 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 민경미(1995). 청소년의 자아정체감과 금전관리행동에 관한 연구. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 박순덕(1999). 청소년의 소비자능력과 관련 변수: 구매기능, 사용기능, 처분기능을 중심으로. 동국대학교 대학원 석사학위논문.
- 박영미(2015). 청소년소비자의 성장단계별 소비자사회화 특성 변화. 충북대학교

- 대학원 박사학위논문.
- 박영미, 이희숙(2015). 청소년소비자의 성장단계별 소비자사회화 수준 및 소비자 사회화 작용인이 소비자사회화에 미치는 영향. 소비자문제연구, 46(2), 133-163.
- 박지연(2007). 청소년의 소비자능력 평가에 관한 연구 : 인천광역시 중학생 대상으로. 인하대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 박지영(2005). 초등학생의 용돈관리 실태분석 : 초등학교 5, 6학년을 중심으로. 군산대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 배순영, 천현진(2010). 2010 소비자역량의 측정 및 평가. 한국소비자원 정책연구 보고서, 1-4.
- 보건복지가족부(2009). 한국 아동·청소년 종합실태조사. 서울대학교 산학협력단.
- 서은숙, 장윤옥(2008). 청소년의 소비자지식, 돈에 대한 태도 및 소비가치가 합리적 소비행동에 미치는 영향. 한국가정관리학회지, 26(5), 241-257.
- 성화선(1999). 제주도 중·고등학생의 용돈관리에 관한 연구. 제주대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 소영하, 한유진(2013). 대중매체 및 또래영향력과 또래동조성이 청소년소비자의 소비지향태도와 과소비행동에 미치는 영향. 한국가정관리학회지, 31(5), 173-184.
- 손상희(2009). 아동의 물질주의적 소비문화에 대한 관여 : 부모, 친구, TV의 상대적 영향력을 중심으로. 소비문화연구, 12(4), 5-25.
- 손지연, 이경아(2014). 2014 한국의 소비자역량 지표. 한국소비자원 정책연구보고서, 14-02.
- 신은미(2008). 학교 소비자 교육이 초등학생의 용돈관리행동에 미치는 영향. 한국 교원대학교 대학원 석사학위논문.
- 양희서(2007). 청소년의 용돈 관리 행동. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 오수진(2012). 소비자 금융교육효과 측정 구성체계에 관한 연구 : 중학생의 금융 지식과 금융행동과의 관계를 중심으로. 소비자정책교육연구, 8(3), 113-130.
- 오진숙(2007). 청소년소비자의 소비가치와 환경친화적 소비행동 연구. 제주대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 유재경(1998). 청소년소비자의 용돈사용행동에 관한 연구 : 용돈관리행동과 항목별

- 용돈 지출액을 중심으로. 건국대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이기춘 외 15인(1995). 소비자학의 이해. 서울 : 학련사.
- 이기춘(1985). 消費者能力開發을 위한 消費者教育에 關한 研究 : 靑少年消費者를 中心으로. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 이기춘(1999). 소비자교육의 이론과 실제. 서울 : 교문사.
- 이기춘, 김정은(2012). 소비자교육의 이론과 실제. 서울 : 교문사.
- 이기춘, 양세정, 천경희, 김소라, 권혜진(2007). 소비자역량지수 개발 및 산출 연구. 공정거래위원회 연구보고서.
- 이민희(2008). 고등학생의 소비지향적 태도와 충동구매에 관한 연구. 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 이민희, 홍은실, 한경순(2009). 청소년의 충동구매 행동에 영향을 미치는 변인 : 물질주의와 소비자사회화 영향변인을 중심으로. 소비자정책교육연구, 5(4), 19-36.
- 이상봉 외 24인(2013). 기술·가정①. 서울 : 교문사.
- 이석로(1985). 청소년의 소비자사회화에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이승신, 광현정(2003). 아동소비자의 소비행동의 합리성에 관한 연구. 대한가정학회지, 41(5), 71-87.
- 이승신, 유재경(2000). 청소년소비자의 용돈관리행동에 관한 연구. 건국대학교 생활문화연구소 생활문화·예술논집, 23, 83-101.
- 이영옥(1999). 어머니의 가정관리능력과 청소년의 금전관리 지도. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이정노(2010). 도농복합도시 초등학교 학생의 용돈 사용실태 및 소비의식에 관한 연구. 전주교육대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이형실, 이은정(2004). 남녀 중학생의 과소비성향에 관한 연구. 한국가정과교육학회지, 16(4), 167-176.
- 이희승(2005). 이희승 편저 국어사전. 제5판. 민중서림.
- 장금옥(2003). 용돈 통장 보유가 중·고등학생의 용돈관리와 지출행태에 미치는 영향. 순천대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 장혜경(2005). 청소년의 인터넷 이용 행동이 과소비 성향에 미치는 영향에 관한

- 연구. 중앙대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 전귀례(2005). 중·고등학생들의 용돈 사용 실태와 바람직한 경제교육의 방향. 군산대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 전미선(2007). 부모의 영향력이 청소년 용돈관리 및 소비행태에 미치는 효과. 성신여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 전미선, 박형준(2007). 가정 용돈관리 교육이 청소년의 용돈관리 및 소비행동에 미치는 효과. 성신여자대학교 교육문제연구소, 42, 97-120.
- 정미정(2007). 청소년의 학교 소비자교육에 대한 인식과 소비자지식 및 소비행태. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 정미정·이연숙(2007). 청소년의 소비자지식과 소비행태 및 관련변인. 한국가정과교육학회지, 19(3), 1-17.
- 정옥분(2006). 사회정서발달. 서울 : 학지사.
- 정지영(2003). 청소년의 소비자사회화과정과 소비자기능에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 정희자(1987). 용돈에 대한 부모의 관리가 자녀의 소비자행동에 미치는 영향. 충남대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 조은주(2006). 중학생의 금전관리행동 및 관련변인 : 어머니의 경제교육 행동을 중심으로. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 지한규(2004). 울산광역시 고등학생의 용돈 소비실태에 관한 연구. 울산대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 채정숙, 김정숙, 유두련, 김정희, 박명숙(2008). 소비자 주권시대의 소비자교육. 서울 : 신정.
- 채정애(1983). 청소년의 용돈관리와 어머니의 자녀양육 태도와의 상관관계 연구. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 천규승 외 2인(2011). 중학교 생활금융 교육 표준교재. 금융감독원.
- 최영아(2006). 초등학생의 용돈관리행동과 소비 행동 간의 관계. 한서대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 최유현 외 10인(2013). 기술·가정①. 서울: 천재교과서.
- 최윤정(2010). 고등학생의 금융이해 정도가 소비행태에 미치는 영향. 한국청소년

- 문화연구소 청소년문화포럼, 25, 172-205.
- 최현자(2004). 우리나라 중학생의 금융이해력(Finacial Quotient) 측정결과. 금융감독원 보도자료.
- 최현자(2009). 고등학생 금융이해력 지수(FQ) 측정결과. 금융감독원 보도자료.
- 최현자, 최은진(2005). 초, 중, 고등학교 교과과정에서의 금융소비자교육 내용분석 -교육영역을 중심으로-. 한국소비자학회 소비자학연구, 16(3), 109-132.
- 편세린(1997). 청소년의 소비지향적 태도와 과소비성향에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 한가은(2015). 대학생의 재무관련 요인이 재무관리행동에 미치는 영향. 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 한은하(1991). 청소년의 용돈관리에 대한 실증적 연구 : 서울 시내의 중·고등생을 중심으로. 중앙대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 한지형(2013). 사회초년생의 금융사회화와 그 영향에 관한 연구. 서울대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 허영은(2010). 고등학생의 금융이해력과 용돈관리행동이 부채관리행동에 미치는 영향. 인하대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 홍명희(2004). 남·여 고등학생의 배경변인과 용돈관련변인에 따른 금전관리행동. 강원대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 홍은실(2005). 중, 고, 대학생의 돈에 대한 태도와 소비행동에 관한 연구 -청소년 단계와 성별 비교-. 한국가정관리학회지, 23(5), 103-121.
- 홍은실, 황덕순, 한경미(2001). 여자대학생의 물질주의 가치성향과 화폐에 대한 태도 및 금전사용행동. 한국가정관리학회지, 19(1), 143-158.
- 황경희(2000). 결손가정 아동을 위한 자존감 향상 프로그램의 효과. 계명대학교 교육대학원 석사학위논문.

[해외 문헌]

- Moschis, G. P. and G. A. Churchill(1978). "Consumer Socialization : A Theoretical and Empirical Analysis", *Journal of Marketing Research*, 15, November, 599-609.
- P. Nickell & Jean Muir Dorsey(1967). *Management in Family Living* 4th ed. John Wiley 7Sons.
- Rosenberg, M.(1985). *Self-concept and psychological well-being in adolescence*. Orlando, FL: Academic Press.
- Ward S(1974). "Consumer Socialization", *Journal of Consumer Research*, 1(3), 1-14.

[기사 및 참고사이트]

- 금융감독원. <http://www.fss.or.kr/>.
- (사)청소년금융교육협의회. <http://www.fq.or.kr/>.
- 공정거래위원회(2008). 소비자역량지수 개발 및 산출 연구.
- 여성조선(2017.04.13.). 용돈으로 하는 자녀 경제교육.

Abstract

Study on Allowance Management Behavior of Teenage Consumers

Oh Da-Yeon

Department of Home Economics Education

The Graduate School of Education, Jeju National University

Supervised by prof : Dr. Kim Jeong-sook

This study intends to analyze the relative influence and causal effects of the factors that affects allowance management behavior in teenage consumers by surveying middle school students in Jeju region. The study's results will provide reference material for identifying the spending patterns of teenage consumers in Jeju region and help develop a consumer education program to promote better allowance management behavior in teenage consumers.

The data were collected from 616 7th to 9th grade students in middle schools across the Jeju region. For the analysis of the data, techniques such as frequency and percentage, t-test, ANOVA, multiple-range test by Sheffe, and a path analysis using the SPSS 18.0 program were utilized.

The main findings of this study are as follows.

First, the average monthly allowance of middle school students was 42,000 won (about 37 dollars), and parents decided the allowance amount of 46.1% of middle school students. The portion of those receiving the allowance when needed was 40.4%, and the allowance was mainly spent on snacks and entertainment expenses. The portion of parents checking on spending was 59.1%, while 64.9% of middle

school students saved a portion of their allowance. The portion of middle school students holding a bank account was 42.5%. In most cases (79.8%), the parents had opened the bank account for the students and 22.5% of students with bank accounts had cash cards.

Second, the higher the household income, awareness of the need for allowance management, and level of socialization with parents, the better the teenage consumers' ability in sound allowance management. Moreover, there was a better allowance management attitude present in the teenagers where the level of self-esteem and satisfaction with the allowance amount was greater, where the level of consumer socialization with parents and school was greater, where the awareness of the need for allowance management education was greater, but where the level of consumer socialization with friends and mass media was lower. The managing allowance skill was higher when the level of self-esteem and satisfaction with the allowance amount was higher and the level of consumer socialization with parents and school was higher.

Third, the allowance management behavior of teenage consumers was better where teenage consumers had bank accounts, where the household income was higher than average, where the level of satisfaction with the allowance amount was high, where the level of consumer socialization with parents and school was high, and where a sound allowance management attitude and skill was present.

Fourth, the factor that had the most causal effect on allowance management behavior was the skill in managing allowance, while self-esteem had the biggest indirect effect. In addition, gender, the presence of a bank account, and consumer socialization with parents, mass media and school had not only a direct impact on allowance management behavior but also had an indirect but significant impact through their effect on allowance management attitude and skill. Although household income, the awareness of the need for education of allowance management, and self-esteem did not have a direct significant impact on the allowance management behaviors of teenage consumers, these factors had an indirect significant impact on

behavior through allowance management attitude and skill, which are consumer socialization factors. Such results showed that household income, awareness of the need for education of allowance management, and self-esteem are all mediating factors in the allowance management behavior of teenage consumers.

Based on the results, the following measures for the education of teenage consumers to improve their money management behavior are suggested.

First, since the ability to manage allowance is an important factor in the allowance management behavior of teenage consumers, educational programs to improve the teenage consumer's ability to manage allowance are needed. Moreover, since allowance management attitude and skill significantly affect allowance management behavior in teenage consumers, it is considered that consumer educational programs which help form a desirable allowance management attitude and present ways to apply and practice the allowance management would be effective.

Second, teenage consumers showed more desirable behavior in their allowance management when consumer socialization with parents, mass media, and schools in relation to allowance management were greater. Therefore, it is necessary to support and implement consumer education in order for parents to ensure that a more methodical allowance management education is conducted at home. The mass media will also need to provide information that would help teenage consumers manage their allowance better and develop programs related to improving better allowance management. Moreover, schools will need to provide students with various educational opportunities and experiences related to allowance management in order to enhance the ability of students to manage their allowance and to improve their allowance management behavior. The effectiveness of this education will be greatly improved if parents, schools, and the mass media cooperate to mutually complement the education of teenage consumers on better allowance management.

Third, since the study showed that teenage consumers who hold bank accounts

managed their allowance better, a bank account will help with planned spending and allowance management in teenage consumers. Therefore, guidance to enable teenage consumers to use their bank accounts to manage their allowance rationally will be needed in the home and school.

Fourth, the study indicated that teenage consumers showed more desirable allowance behavior when their self-esteem was high since it led to a higher level of consumer socialization with parents as well as higher allowance management attitudes and skill. Therefore, the development of programs to improve the self-esteem of teenagers is needed to enhance their allowance management behavior.

The results of this study present reference material for further studies on the allowance management ability of teenage consumers and the development of educational programs for teenage consumers to develop and improve on more rational allowance management behavior.

부 록

<부표 1> 독립변수들의 상관관계

구분	자아 존중감	부모	친구	매체	학교	용돈 관리지식	용돈 관리태도	용돈 관리기능	용돈 만족도	용돈교육 필요성	월평균 용돈	가계 소득
자아 존중감	-											
부모	.19**	-										
친구	-.02	.40**	-									
매체	.03	.38**	.47**	-								
학교	.12**	.35**	.25**	.46**	-							
용돈 관리지식	.08*	.16**	.06	.04	.07	-						
용돈 관리태도	.31**	.18**	-.07	.00	.24**	.32**	-					
용돈 관리기능	.32**	.26**	.08	.16**	.29**	.23**	.66**	-				
용돈 만족도	.10*	.01	-.11**	-.02	.07	-.02	.17**	.14**	-			
용돈교육 필요성	.02	.16**	.10*	.17**	.20**	.09*	.16**	.10*	.14**	-		
월평균 용돈	.05	.02	.13**	.09*	-.07	-.04	-.03	.03	.15**	.10*	-	
가계소득	.149**	.07	-.00	.08	-.00	.15**	.03	.10*	.03	-.06	.10*	-

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

<부표 2> 월평균용돈과 용돈 만족도 (용돈단위 : 천원)

변수	구분	월평균용돈			용돈 만족도		
		평균(SD)	S	t/F	평균(SD)	S	t/F
성별	남자	39.76(35.68)		-1.37	3.93(.94)		2.46*
	여자	44.06(37.19)			3.75(.91)		
학년	1학년	31.49(26.08)	a	13.26***	3.97(.95)		3.09*
	2학년	41.71(34.88)	b		3.75(.98)		
	3학년	51.73(43.30)	c		3.81(.84)		
부학력	고졸 이하	42.97(34.08)		.26	3.84(1.03)		-.14
	대졸 이상	41.91(37.62)			3.86(.90)		
모학력	고졸 이하	41.23(32.39)		-.356	3.88(.95)		.402
	대졸 이상	42.61(38.63)			3.85(.94)		
모직업	유	42.05(36.06)		.11	3.85(.92)		-1.61
	무	41.60(37.84)			4.01(.89)		
부연령	45세 미만	41.25(35.69)		1.63	3.86(.96)		.06
	45~50세 미만	39.87(31.78)			3.83(.95)		
	50세 이상	46.95(44.60)			3.83(.86)		
모연령	42세 미만	44.71(37.63)		1.43	3.86(1.04)		.10
	42~48세 미만	39.90(34.94)			3.86(.91)		
	48세 이상	46.13(40.82)			3.82(.89)		
가계 소득	200만원 미만	35.94(34.60)		3.18*	3.77(1.09)		.89
	200~300만원 미만	34.28(27.24)			3.98(.96)		
	300~400만원 미만	51.09(41.94)			3.80(.77)		
	400~500만원 미만	46.16(34.26)			3.94(.91)		
	500만원 이상	45.77(41.81)			3.83(.94)		
월평균 용돈	2만원 미만			-	3.67(1.03)		3.24*
	2~4만원 미만				3.76(.95)		
	4~6만원 미만				3.92(.84)		
	6만원 이상				4.00(.83)		

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자는 집단 간 유의한 차이가 있음.

<부표 3> 용돈주기

변수		매일	매주	매월	필요할 때마다	계	χ^2
성별	남자	15(5.1)	109(36.7)	65(21.9)	108(36.4)	297(100.0)	6.20 (df=3)
	여자	15(4.7)	89(27.9)	74(23.2)	141(44.2)	319(100.0)	
학년	1학년	4(2.2)	75(40.5)	33(17.8)	73(39.5)	185(100.0)	16.94* (df=6)
	2학년	15(6.6)	74(32.6)	53(23.3)	85(37.4)	227(100.0)	
	3학년	11(5.4)	49(24.0)	53(26.0)	91(44.6)	204(100.0)	
부학력	고졸 이하	4(3.1)	35(27.3)	37(28.9)	52(40.6)	128(100.0)	5.19 (df=3)
	대졸 이상	19(5.4)	119(34.0)	72(20.6)	140(10.0)	350(100.0)	
모학력	고졸 이하	7(4.8)	40(27.2)	38(25.9)	62(42.2)	147(100.0)	2.08 (df=3)
	대졸 이상	15(4.5)	112(33.6)	74(22.2)	132(39.6)	333(100.0)	
모직업	유	21(4.9)	139(32.4)	94(21.9)	175(40.8)	429(100.0)	0.71 (df=3)
	무	5(4.9)	32(31.1)	23(22.3)	43(41.7)	103(100.0)	
부연령	45세 미만	7(4.6)	55(35.9)	39(25.5)	52(34.0)	153(100.0)	19.34** (df=6)
	45~50세 미만	4(1.6)	80(32.4)	57(23.1)	106(42.9)	247(100.0)	
	50세 이상	16(10.2)	45(28.7)	30(19.1)	66(42.0)	157(100.0)	
모연령	42세 미만	5(4.3)	42(36.2)	27(23.3)	42(36.2)	116(100.0)	17.20** (df=6)
	42~48세 미만	8(2.6)	100(32.6)	77(25.1)	122(39.7)	307(100.0)	
	48세 이상	14(10.1)	36(25.9)	25(18.0)	64(46.0)	139(100.0)	
월평균용돈	2만원 미만	3(2.5)	30(24.6)	25(20.5)	64(52.5)	122(100.0)	56.07*** (df=9)
	2~4만원 미만	2(1.1)	63(35.8)	56(31.8)	55(31.3)	176(100.0)	
	4~6만원 미만	6(4.5)	54(40.6)	37(27.8)	36(27.1)	133(100.0)	
	6만원 이상	17(15.3)	38(34.2)	18(16.2)	38(34.2)	111(100.0)	
가계소득	200만원 미만	6(10.5)	12(21.1)	14(24.6)	25(43.9)	57(100.0)	25.30* (df=12)
	200~300만원미만	3(2.8)	35(32.4)	28(25.9)	42(38.9)	108(100.0)	
	300~400만원미만	7(7.8)	20(22.2)	17(18.9)	46(51.1)	90(100.0)	
	400~500만원미만	3(3.0)	40(40.4)	25(25.3)	31(31.3)	99(100.0)	
	500만원 이상	8(6.0)	56(42.1)	25(18.8)	44(33.1)	133(100.0)	
계		30(4.9)	198(32.1)	139(22.6)	249(40.4)	616(100.0)	

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

<부표 4> 용돈 더 필요시 행동

변수		친구 빌립	미리 받음	용돈 요구	저축 인출	집안일	참 음	기 타	계	X ²
성 별	남자	33(11.1)	19(6.4)	52(17.5)	29(9.8)	43(14.5)	111(37.4)	10(3.4)	297(100.0)	21.30* (df=6)
	여자	19(6.0)	40(12.5)	79(24.8)	43(13.5)	34(10.5)	97(30.4)	7(2.2)	319(100.0)	
학 년	1학년	11(5.9)	20(10.8)	35(18.9)	19(10.3)	31(16.8)	66(35.7)	3(1.6)	185(100.0)	21.25* (df=12)
	2학년	20(8.8)	21(9.3)	43(18.9)	21(9.3)	27(11.9)	85(37.4)	10(4.4)	227(100.0)	
	3학년	21(10.3)	18(8.8)	53(26.0)	32(15.7)	19(9.3)	57(27.9)	4(2.0)	204(100.0)	
부 학 력	고졸 이하	8(6.3)	11(8.6)	34(26.6)	17(13.3)	12(9.4)	44(34.4)	2(1.6)	128(100.0)	6.22 (df=6)
	대졸 이상	30(8.6)	31(8.9)	68(19.4)	40(11.4)	48(13.7)	119(34.0)	14(4.0)	350(100.0)	
모 학 력	고졸 이하	14(9.5)	9(6.1)	33(22.4)	19(12.9)	20(13.6)	48(32.7)	4(2.7)	147(100.0)	2.92 (df=6)
	대졸 이상	26(7.8)	33(9.9)	69(20.7)	38(11.4)	40(12.0)	115(34.5)	12(3.6)	333(100.0)	
모 직 업	유	41(9.6)	40(9.3)	86(20.0)	51(11.9)	60(14.0)	139(32.4)	12(2.8)	429(100.0)	8.92 (df=6)
	무	5(4.9)	8(7.8)	25(24.3)	12(11.7)	7(6.8)	41(39.8)	5(4.9)	108(100.0)	
부 연 령	45세 미만	13(8.5)	19(12.4)	30(19.6)	12(7.8)	18(11.8)	58(37.9)	3(2.0)	153(100.0)	10.37 (df=12)
	45~50세 미만	21(8.5)	23(9.3)	55(22.3)	28(11.3)	31(12.6)	80(32.4)	9(3.6)	247(100.0)	
	50세 이상	11(7.0)	11(7.0)	34(21.7)	26(16.6)	21(13.4)	50(31.8)	4(2.5)	157(100.0)	
모 연 령	42세 미만	7(6.0)	17(14.7)	22(19.0)	16(13.8)	14(12.1)	39(33.6)	1(0.9)	116(100.0)	11.68 (df=12)
	42~48세 미만	25(8.1)	26(8.5)	70(22.8)	31(10.1)	36(11.7)	108(35.2)	11(3.6)	307(100.0)	
	48세 이상	15(10.8)	10(7.2)	28(20.1)	19(13.7)	20(14.4)	43(30.9)	4(2.9)	139(100.0)	
월 평 균 용 돈	2만원 미만	9(7.4)	6(4.9)	27(22.1)	6(4.9)	19(15.6)	50(41.0)	5(4.1)	122(100.0)	20.62 (df=18)
	2~4만원 미만	11(6.3)	17(9.7)	32(18.2)	21(11.9)	21(11.9)	69(39.2)	5(2.8)	176(100.0)	
	4~6만원 미만	13(9.8)	16(12.0)	27(20.3)	16(12.0)	17(12.8)	42(31.6)	2(1.5)	133(100.0)	
	6만원 이상	11(9.9)	16(14.4)	24(21.6)	13(11.7)	12(10.8)	30(27.0)	5(4.5)	111(100.0)	
가 계 소 득	200만원 미만	5(8.8)	9(15.8)	16(28.1)	3(5.3)	5(8.8)	19(33.3)	0(0.0)	57(100.0)	30.70 (df=24)
	200~300만원미만	8(7.4)	8(7.4)	22(20.4)	14(13.0)	12(11.1)	43(39.8)	1(0.9)	108(100.0)	
	300~400만원미만	5(5.6)	5(5.6)	29(32.2)	12(13.3)	8(8.9)	27(30.0)	4(4.4)	90(100.0)	
	400~500만원미만	7(7.1)	8(8.1)	21(21.2)	14(14.1)	15(15.2)	29(29.3)	5(5.1)	99(100.0)	
	500만원 이상	13(9.8)	13(9.8)	19(14.3)	13(9.8)	23(17.3)	48(36.1)	4(3.0)	133(100.0)	
계		52(8.4)	59(9.6)	131(21.3)	72(11.7)	77(12.5)	208(33.8)	17(2.8)	616(100.0)	

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

<부표 5> 용돈 사용결과에 대한 부모의 확인

변수		전혀 안함	거의 안함	가끔 확인	자주 확인	계	χ^2
성 별	남자	56(18.9)	55(18.5)	146(49.2)	40(13.5)	297(100.0)	6.08 (df=3)
	여자	58(18.2)	83(26.0)	147(46.1)	31(9.7)	319(100.0)	
학 년	1학년	35(18.9)	31(16.8)	94(50.8)	25(13.5)	185(100.0)	6.77 (df=6)
	2학년	43(18.9)	58(25.6)	99(43.6)	27(11.9)	227(100.0)	
	3학년	36(17.6)	49(24.0)	100(49.0)	19(9.3)	204(100.0)	
부 학 력	고졸 이하	24(18.8)	32(25.0)	53(41.4)	19(14.8)	128(100.0)	2.63 (df=3)
	대졸 이상	64(18.3)	76(21.7)	171(48.9)	39(11.1)	350(100.0)	
모 학 력	고졸 이하	28(19.0)	36(24.5)	67(45.6)	16(10.9)	147(100.0)	1.39 (df=3)
	대졸 이상	59(17.7)	68(20.4)	165(49.5)	41(12.3)	333(100.0)	
모 직 업	유	76(17.7)	88(20.5)	212(49.4)	53(12.4)	429(100.0)	2.25 (df=3)
	무	16(15.5)	28(27.2)	48(46.6)	11(10.7)	103(100.0)	
부 연 령	45세 미만	41(26.8)	25(16.3)	71(46.4)	16(10.5)	153(100.0)	14.41* (df=6)
	45~50세 미만	35(14.2)	59(23.9)	121(49.0)	32(13.0)	247(100.0)	
	50세 이상	28(17.8)	44(28.0)	66(42.0)	19(12.1)	157(100.0)	
모 연 령	42세 미만	25(21.6)	18(15.5)	58(50.0)	15(12.9)	116(100.0)	5.74 (df=6)
	42~48세 미만	54(17.6)	68(22.1)	150(48.9)	35(11.4)	307(100.0)	
	48세 이상	25(18.0)	38(27.3)	60(43.2)	16(11.5)	139(100.0)	
월 평 균 용 돈	2만원 미만	28(23.0)	28(23.0)	52(42.6)	14(11.5)	122(100.0)	10.78 (df=9)
	2~4만원 미만	25(14.2)	46(26.1)	91(51.7)	14(8.0)	176(100.0)	
	4~6만원 미만	24(18.0)	30(22.6)	65(48.9)	14(10.5)	133(100.0)	
	6만원 이상	23(20.7)	21(18.9)	49(44.1)	18(16.2)	111(100.0)	
가 계 소 득	200만원 미만	9(15.8)	10(17.5)	29(50.9)	9(15.8)	57(100.0)	13.80 (df=12)
	200~300만원 미만	21(19.4)	25(23.1)	49(45.4)	13(12.0)	108(100.0)	
	300~400만원 미만	22(24.4)	25(27.8)	36(40.0)	7(7.8)	90(100.0)	
	400~500만원 미만	13(13.1)	17(17.2)	57(57.6)	12(12.1)	9(100.0)	
	500만원 이상	25(18.8)	23(17.3)	65(48.9)	20(15.0)	133(100.0)	
계		114(18.5)	138(22.4)	293(47.6)	71(11.5)	616(100.0)	

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

<부표 6> 용돈관리 교육 필요성 인식

변수		필요 없음	보통	필요함	계	χ^2
성 별	남자	71(23.9)	100(33.7)	126(42.4)	297(100.0)	16.20*** (df=2)
	여자	38(11.9)	137(42.9)	144(45.1)	319(100.0)	
학 년	1학년	29(15.7)	76(41.1)	80(43.2)	185(100.0)	1.73 (df=4)
	2학년	45(19.8)	85(37.4)	97(42.7)	227(100.0)	
	3학년	35(17.2)	76(37.3)	93(45.6)	204(100.0)	
부 학 력	고졸 이하	27(21.1)	43(33.6)	58(45.3)	128(100.0)	1.78 (df=2)
	대졸 이상	62(17.7)	140(40.0)	148(42.3)	350(100.0)	
모 학 력	고졸 이하	29(19.7)	48(32.7)	70(47.6)	147(100.0)	2.50 (df=2)
	대졸 이상	58(17.4)	134(40.2)	141(42.3)	333(100.0)	
모 직 업	유	80(18.6)	159(37.1)	190(44.3)	429(100.0)	.38 (df=2)
	무	17(16.5)	41(39.8)	45(43.7)	103(100.0)	
부 연 령	45세 미만	32(20.9)	63(41.2)	58(37.9)	153(100.0)	6.99 (df=4)
	45~50세 미만	35(14.2)	99(40.1)	113(45.7)	247(100.0)	
	50세 이상	34(21.7)	52(33.1)	71(45.2)	157(100.0)	
모 연 령	42세 미만	27(23.3)	44(37.9)	45(38.8)	116(100.0)	5.83 (df=4)
	42~48세 미만	50(16.3)	124(40.4)	133(43.3)	307(100.0)	
	48세 이상	23(16.5)	46(33.1)	70(50.4)	139(100.0)	
월 평 균 용 돈	2만원 미만	23(18.9)	58(47.5)	41(33.6)	122(100.0)	9.89 (df=6)
	2~4만원 미만	37(21.0)	67(38.1)	72(40.9)	176(100.0)	
	4~6만원 미만	21(15.8)	45(33.8)	67(50.4)	133(100.0)	
	6만원 이상	16(14.4)	44(39.6)	51(45.9)	111(100.0)	
가 계 소 득	200만원 미만	7(12.3)	17(29.8)	33(57.9)	57(100.0)	5.93 (df=8)
	200~300만원 미만	19(17.6)	40(37.0)	49(45.4)	108(100.0)	
	300~400만원 미만	19(21.1)	33(36.7)	38(42.2)	90(100.0)	
	400~500만원 미만	16(16.2)	42(42.4)	41(41.4)	99(100.0)	
	500만원 이상	25(18.8)	50(37.6)	58(43.6)	133(100.0)	
계		109(17.7)	237(38.5)	270(43.8)	616(100.0)	

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

<부표 7> 저축 유무

변수		저축 함	저축 안함	계	χ^2
성 별	남자	190(64.0)	107(36.0)	297(100.0)	.23 (df=1)
	여자	210(65.8)	109(34.2)	319(100.0)	
학 년	1학년	128(69.2)	57(30.8)	185(100.0)	2.23 (df=2)
	2학년	145(63.9)	82(36.1)	227(100.0)	
	3학년	127(62.3)	77(37.7)	204(100.0)	
부 학 력	고졸 이하	84(65.6)	44(34.4)	128(100.0)	0.10 (df=1)
	대졸 이상	228(65.1)	122(34.9)	350(100.0)	
모 학 력	고졸 이하	96(65.3)	51(34.7)	147(100.0)	.00 (df=1)
	대졸 이상	217(65.2)	116(34.8)	333(100.0)	
모 직 업	유	266(62.0)	163(38.0)	429(100.0)	10.14** (df=1)
	무	81(78.6)	22(21.4)	103(100.0)	
부 연 령	45세 미만	103(67.3)	50(32.7)	153(100.0)	1.86 (df=2)
	45~50세 미만	166(67.2)	81(32.8)	247(100.0)	
	50세 이상	96(61.1)	61(38.9)	157(100.0)	
모 연 령	42세 미만	75(64.7)	41(35.3)	116(100.0)	1.35 (df=2)
	42~48세 미만	207(67.4)	100(32.6)	307(100.0)	
	48세 이상	86(61.9)	53(38.1)	139(100.0)	
월 평 균 용 돈	2만원 미만	83(68.0)	39(32.0)	122(100.0)	2.72 (df=3)
	2~4만원 미만	119(67.6)	57(32.4)	176(100.0)	
	4~6만원 미만	84(63.2)	49(36.8)	133(100.0)	
	6만원 이상	66(59.5)	45(40.5)	111(100.0)	
가 계 소 득	200만원 미만	36(63.2)	21(36.8)	57(100.0)	1.74 (df=4)
	200~300만원미만	75(69.4)	33(30.6)	108(100.0)	
	300~400만원미만	56(62.2)	34(37.8)	90(100.0)	
	400~500만원미만	63(63.6)	36(36.4)	99(100.0)	
	500만원 이상	90(67.7)	43(32.3)	133(100.0)	
계		400(64.9)	216(35.1)	616(100.0)	

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

<부표 8> 저축 방법

변수		일정한 금액	용돈 이외의 돈	소비 후 남은 돈	계	χ^2
성 별	남자	64(33.7)	86(45.3)	40(21.1)	190(100.0)	10.28** (df=2)
	여자	44(21.0)	126(60.0)	40(19.0)	210(100.0)	
학 년	1학년	32(25.0)	74(57.8)	22(17.2)	128(100.0)	2.58 (df=4)
	2학년	38(26.2)	77(53.1)	30(20.7)	145(100.0)	
	3학년	38(29.9)	61(48.0)	28(22.0)	127(100.0)	
부 학 력	고졸 이하	28(33.3)	38(45.2)	18(21.4)	84(100.0)	4.42 (df=2)
	대졸 이상	53(23.2)	132(57.9)	43(18.9)	228(100.0)	
모 학 력	고졸 이하	27(28.1)	43(44.8)	26(27.1)	96(100.0)	6.97* (df=2)
	대졸 이상	56(25.8)	127(58.5)	34(15.7)	217(100.0)	
모 직 업	유	75(28.2)	144(54.1)	47(17.7)	266(100.0)	3.39 (df=2)
	무	17(21.0)	43(53.1)	21(25.9)	81(100.0)	
부 연 령	45세 미만	27(26.2)	54(52.4)	22(21.4)	103(100.0)	.89 (df=4)
	45~50세 미만	40(24.1)	91(54.8)	35(21.1)	166(100.0)	
	50세 이상	27(28.1)	52(54.2)	17(17.7)	96(100.0)	
모 연 령	42세 미만	14(18.7)	39(52.0)	22(29.3)	75(100.0)	7.28 (df=4)
	42~48세 미만	54(26.1)	115(55.6)	38(18.4)	207(100.0)	
	48세 이상	27(31.4)	46(53.5)	13(15.1)	86(100.0)	
월 평 균 용 돈	2만원 미만	19(22.9)	50(60.2)	14(16.9)	83(100.0)	7.75 (df=6)
	2~4만원 미만	28(23.5)	61(51.3)	30(25.2)	119(100.0)	
	4~6만원 미만	28(33.3)	41(48.8)	15(17.9)	84(100.0)	
	6만원 이상	14(21.2)	33(50.0)	19(28.8)	66(100.0)	
가 계 소 득	200만원 미만	5(13.9)	22(61.1)	9(25.0)	36(100.0)	8.53 (df=8)
	200~300만원 미만	16(21.3)	45(60.0)	14(18.7)	75(100.0)	
	300~400만원 미만	18(32.1)	30(53.6)	8(14.3)	56(100.0)	
	400~500만원 미만	21(33.3)	31(49.2)	11(17.5)	63(100.0)	
	500만원 이상	27(30.0)	43(47.8)	20(22.2)	90(100.0)	
계		108(27.0)	212(53.0)	80(20.0)	400(100.0)	

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

<부표 9> 용돈통장 및 현금카드 유무

		용돈통장				현금카드			
변수		있음	없음	계	χ^2	있음	없음	계	χ^2
성별	남자	118(39.7)	179(60.3)	297(100.0)	1.84 (df=1)	25(21.1)	93(78.8)	118(100.0)	.22 (df=1)
	여자	144(45.1)	175(54.9)	319(100.0)		34(23.6)	110(76.4)	144(100.0)	
학년	1학년	85(45.9)	100(54.1)	185(100.0)	1.32 (df=2)	13(15.3)	72(84.7)	85(100.0)	6.89* (df=2)
	2학년	92(40.5)	135(59.5)	227(100.0)		19(20.7)	73(79.3)	92(100.0)	
	3학년	85(41.7)	119(58.3)	204(100.0)		27(31.8)	58(68.2)	85(100.0)	
부학력	고졸 이하	61(47.7)	67(52.3)	128(100.0)	.68 (df=1)	16(26.2)	45(73.8)	61(100.0)	1.62 (df=1)
	대졸 이상	152(43.4)	198(56.6)	350(100.0)		28(18.4)	124(81.6)	152(100.0)	
모학력	고졸 이하	66(44.9)	81(55.1)	147(100.0)	.05 (df=1)	20(30.3)	46(69.7)	66(100.0)	2.79 (df=1)
	대졸 이상	146(43.8)	187(56.2)	333(100.0)		29(19.9)	117(80.1)	146(100.0)	
모직업	유	192(44.8)	237(55.2)	429(100.0)	.14 (df=1)	44(22.9)	148(77.1)	192(100.0)	.09 (df=1)
	무	44(42.7)	59(57.3)	103(100.0)		11(25.0)	33(75.0)	44(100.0)	
부연령	45세 미만	67(43.8)	86(56.2)	153(100.0)	.23 (df=2)	15(22.4)	52(77.6)	67(100.0)	.39 (df=2)
	45~50세 미만	103(41.7)	144(58.3)	247(100.0)		20(19.4)	83(80.6)	103(100.0)	
	50세 이상	65(41.4)	92(58.6)	157(100.0)		15(23.1)	50(76.9)	65(100.0)	
모연령	42세 미만	56(48.3)	60(51.7)	113(100.0)	2.48 (df=2)	13(23.2)	43(76.8)	56(100.0)	.04 (df=2)
	42~48세 미만	127(41.4)	180(58.6)	307(100.0)		30(23.6)	97(76.4)	127(100.0)	
	48세 이상	54(38.8)	85(61.2)	139(100.0)		12(22.2)	42(77.8)	54(100.0)	
월평균용돈	2만원 미만	43(32.5)	79(64.8)	122(100.0)	2.86 (df=3)	3(7.0)	40(93.0)	43(100.0)	16.13** (df=3)
	2~4만원 미만	71(40.3)	105(59.7)	176(100.0)		14(19.7)	57(80.3)	71(100.0)	
	4~6만원 미만	60(45.1)	73(54.9)	133(100.0)		14(23.3)	46(76.7)	60(100.0)	
	6만원 이상	48(43.2)	63(56.8)	111(100.0)		20(41.7)	28(58.3)	48(100.0)	
가계소득	200만원 미만	30(52.6)	27(47.4)	57(100.0)	1.82 (df=4)	7(23.3)	23(76.7)	30(100.0)	1.51 (df=4)
	200~300만원 미만	47(43.5)	61(56.5)	108(100.0)		11(23.4)	36(76.6)	47(100.0)	
	300~400만원 미만	38(42.2)	52(57.8)	90(100.0)		6(15.8)	32(84.2)	38(100.0)	
	400~500만원 미만	45(45.5)	54(54.5)	99(100.0)		12(26.7)	33(73.3)	45(100.0)	
	500만원 이상	58(43.6)	75(56.4)	133(100.0)		14(24.1)	44(75.9)	58(100.0)	
계		262(42.5)	354(57.5)	616(100.0)		59(22.5)	203(77.5)	262(100.0)	

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

<부표 10> 일반적 특성에 따른 자아존중감의 차이

변수	구분	M(SD)	S	t/F	변수	구분	M(SD)	t/F
성별	남자	3.93(.72)		1.67	학년	1학년	3.92(.69)	2.18
	여자	3.84(.69)				2학년	3.93(.69)	
부연령	45세 미만	3.81(.73)		.10	모연령	42세 미만	3.78(.76)	
	45~50세 미만	3.90(.71)				42~48세 미만	3.92(.67)	
	50세 이상	3.91(.69)				48세 이상	3.91(.70)	
부학력	고졸 이하	3.89(.76)		-.57	모학력	고졸 이하	3.88(.66)	-1.1
	대졸 이상	3.93(.69)				대졸 이상	3.96(.71)	
부직업	사무·경영관리직	3.92(.65)		.17	모직업	사무·경영관리직	3.92(.73)	1.15
	전문직	3.92(.71)				전문직	4.01(.65)	
	서비스직·자영업	3.88(.70)				서비스직·자영업	3.88(.69)	
	기능숙련·작업직	3.87(.70)				전업주부	3.94(.69)	
	농수산·기타	3.87(.89)				농수산·기타	3.76(.67)	
가계소득	200만원 미만	3.54(.72) a		4.64**	월평균 용돈	2만원 미만	3.89(.66)	1.63
	200~300만원미만	3.91(.66) b				2~4만원 미만	3.79(.73)	
	300~400만원미만	3.84(.67) a				4~6만원 미만	3.83(.74)	
	400~500만원미만	3.99(.74) b				6만원 이상	3.97(.71)	
	500만원 이상	3.98(.71) b						
용돈 금액 결정 방법	부모님과 상의	3.92(.71)		.78	용돈 주기	매일	4.10(.71)	2.47
	부모님이 결정	3.85(.72)				매주	3.91(.71)	
	내가 결정	3.87(.66)				매월	3.76(.80)	
용돈 사용 결과 확인	전혀 안함	3.78(.70)		1.39	용돈 금액 인식	필요할 때	3.90(.64)	
	거의 안함	3.92(.66)				부족	3.87(.73)	
	가끔 함	3.88(.69)				적당	3.85(.73)	
	자주 함	3.99(.89)				충분	3.91(.69)	
용돈 만족도	불만족	3.83(.75) ab		4.92**	용돈 관리 교육 필요성 인식	필요 없음	3.91(.78)	.87
	보통	3.74(.73) a				보통	3.83(.68)	
	만족	3.94(.69) b				필요함	3.91(.71)	
용돈 통장	있다	3.91(.71)		.824				
	없다	3.87(.71)						

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자는 집단 간 유의한 차이가 있음.

<부표 11> 소비자사회화에 따른 용돈관리역량과 용돈관리행동의 차이

변수	집단 (N)	용돈관리지식			용돈관리태도			용돈관리기능			용돈관리행동		
		평균(SD)	S	F	평균(SD)	S	F	평균(SD)	S	F	평균(SD)	S	F
부모	상(169)	11.46(1.77)	a		4.06(.55)	a		4.14(.62)	a		3.13(.68)	a	
	중(271)	10.93(1.67)	b	7.54**	3.77(.53)	b	18.02***	3.68(.56)	b	38.07***	2.78(.55)	b	35.78***
	하(176)	10.75(1.89)	b		3.76(.56)	b		3.65(.62)	b		2.58(.62)	c	
친구	상(179)	11.25(1.75)			3.86(.54)	ab		3.93(.62)	a		2.95(.65)	a	
	중(297)	11.01(1.76)		2.74	3.78(.56)	a	4.43*	3.71(.60)	b	7.30**	2.79(.56)	b	5.49**
	하(140)	10.78(1.85)			3.95(.57)	b		3.80(.63)	ab		2.73(.76)	b	
대중매체	상(104)	11.18(1.88)			3.97(.59)	a		4.11(.66)	a		3.18(.74)	a	
	중(362)	11.03(1.71)		.777	3.78(.54)	b	6.84**	3.72(.59)	b	16.42***	2.79(.53)	b	24.04***
	하(150)	10.90(1.88)			3.92(.55)	a		3.77(.65)	b		2.65(.73)	b	
학교	상(166)	11.28(1.78)			4.08(.54)	a		4.11(.58)	a		3.17(.65)	a	
	중(283)	10.99(1.74)		2.85	3.76(.56)	b	21.22***	3.69(.59)	b	30.59***	2.80(.54)	b	49.35***
	하(167)	10.83(1.84)			3.75(.52)	b		3.68(.64)	b		2.52(.64)	c	
계	상(138)	11.30(1.89)	a		3.96(.57)	a		4.11(.63)	a		3.15(.66)	a	
	중(331)	11.05(1.64)	ab	4.01*	3.82(.56)	ab	4.32*	3.73(.56)	b	23.98***	2.81(.55)	b	34.73***
	하(147)	10.71(1.94)	b		3.78(.53)	b		3.67(.69)	b		2.55(.68)	c	

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

2) S는 Scheffe의 다중범위검증이며, 다른 문자는 집단 간 유의한 차이가 있음.

3) 상·중·하 집단은 평균 ± 표준편차를 기준으로 구분하였음.

설문지

안녕하십니까? 이 설문지는 중학생의 용돈관리에 관한 연구를 위한 것입니다. 모든 응답 내용은 익명으로 처리되며, 학문적 연구 목적으로만 사용됨을 약속드립니다. 설문지에 솔직하게 응답해주시기 바랍니다. 설문에 응해 주셔서 감사합니다.

제주대학교 교육대학원 가정교육전공
 석사과정 : 오다연, 지도교수 : 김정숙

I. 다음 문항을 읽고 해당하는 곳에 체크(✓)표 해주세요.

	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 가치 있는 사람이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 좋은 성품을 가진 사람이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 다른 사람만큼 일을 잘 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 자신에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 대체로 자신에 대하여 만족한다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 때때로 실패한 사람이라는 느낌이 든다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 자랑할 것이 별로 없다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 자신을 존중하는 마음이 더 있었으면 한다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 가끔 쓸모없는 사람이라고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
10	나는 때때로 내가 좋은 사람이 아니라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

II. 다음 문항을 읽고 해당하는 곳에 체크(✓)표 해주세요.

	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 부모님께서 가계부를 작성하시는 것을 본 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
2	부모님은 내가 산 물건에 대해 ‘어울린다, 비싸다’ 등 평가를 해주신다.	①	②	③	④	⑤
3	부모님은 나에게 용돈관리방법에 대해 이야기 해주신다.	①	②	③	④	⑤
4	부모님은 나에게 저축의 중요성에 대해 이야기 해주신다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 물건이 살 계획이 없는데도 친구가 사면 따라 산 경험이 있다.	①	②	③	④	⑤
6	물건을 구입할 때, 디자인, 가격, 등에 대해 친구에게 물어보는 편이다.	①	②	③	④	⑤
7	친구들은 내가 산 물건에 대해 ‘멋있다, 비싸 보인다.’ 등 평가를 한다.	①	②	③	④	⑤
8	평소 친구들과 용돈관리방법에 대해 이야기한다.	①	②	③	④	⑤
9	물건을 살 때, TV나 인터넷 광고에서 보았던 상품을 구입하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
10	TV나 인터넷을 통해 얻은 정보는 나의 용돈관리에 도움이 된다.	①	②	③	④	⑤
11	TV나 인터넷으로 저축에 대한 정보를 얻는다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 학교에서 배운 내용을 참고하여 물건을 구매하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
13	나는 학교에서 배운 내용을 통해 자원을 낭비하지 않고, 절약한다.	①	②	③	④	⑤
14	선생님께서 저축의 중요성과 저축방법에 대해 말씀해 주신다.	①	②	③	④	⑤
15	학교에서 배운 내용은 나의 용돈관리에 많은 도움이 된다.	①	②	③	④	⑤

III. 다음 문항을 읽고 맞으면 O, 틀리면 X를 해주세요.

	문 항	O / X
1	예산은 예상되는 수입에 맞추어 지출 계획을 세우는 것이다.	
2	예산을 세우면 불필요한 낭비를 줄일 수 있다.	
3	용돈기입장, 가계부 등은 효과적인 예산관리 도구이다.	
4	합리적 소비를 위해서는 기회비용이 큰 선택을 해야 한다.	
5	과소비는 자신의 경제능력을 넘어서 필요 이상으로 많은 물건을 구매하는 소비이다.	
6	순간적인 감정에 이끌려 꼭 필요하지도 않은 물건을 구매하는 것은 과소소비이다.	
7	모방소비는 친구, 연예인이 착용한 제품 등에 현혹되어 그대로 따라서 하는 소비이다.	
8	안전한 저축 방법은 은행에 맡기는 것이다.	
9	이자율이 오르면 은행에 돈을 저축하려는 사람들이 많아진다.	
10	복리는 원금에만 이자가 적용되고, 단리는 원금과 이자에 모두 이자가 적용된다.	
11	저축은 기업의 투자자원으로 활용되어 경제성장에 기여한다.	
12	정기예금은 필요할 때마다 수시로 돈을 찾아 쓸 수 있는 예금이다.	
13	정기적금은 보통예금보다 더 높은 이자를 받을 수 있다.	
14	체크카드는 물건을 구매하는 즉시 은행 계좌에서 돈이 빠져나간다.	
15	카드를 분실했을 때, 뒷면에 서명이 없어도 피해금액 전부를 보상받을 수 있다.	

IV. 다음 문항을 읽고 평소 생각과 일치하는 곳에 체크(√)표 해주세요.

	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	계획적 지출습관을 갖는 것은 안정적인 경제생활에 큰 도움이 된다.	①	②	③	④	⑤
2	용돈을 사용할 때에는 목표에 맞게 우선순위를 정하고 써야한다.	①	②	③	④	⑤
3	사고 싶은 물건은 그 필요성을 따지지 않고 바로 구매한다.	①	②	③	④	⑤
4	갖고 싶은 물건이 있으면 돈을 빌려서 사는 것도 괜찮다.	①	②	③	④	⑤
5	저축을 해야 할 필요성을 못 느낀다.	①	②	③	④	⑤
6	적은 액수라도 규칙적으로 저축하는 것이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
7	돈을 아껴서 모으는 것보다, 현재의 만족을 위해 쓰는 것이 더 좋다.	①	②	③	④	⑤
8	청소년기 용돈관리행동은 성인이 되었을 때, 소비행동에 영향을 미치게 된다.	①	②	③	④	⑤
9	용돈기입장을 기록하는 것은 번거로운 일이다.	①	②	③	④	⑤
10	용돈 사용 및 관리는 나 스스로에게 가장 큰 책임이 있다.	①	②	③	④	⑤
11	나의 용돈수준과 욕구를 파악해 스스로 지출계획을 세울 수 있다.	①	②	③	④	⑤
12	용돈관리에 필요한 정보를 수집할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
13	물건을 구매할 때 내게 꼭 필요한 물건인지 점검할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
14	상품을 구매할 때 상품의 가격, 품질, 기능 등을 비교할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
15	구매한 물건에 문제가 있을 때 교환이나 환불을 요구할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
16	미래에 돈이 필요한 경우(생일선물 등)를 대비해서 저축 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
17	사고 싶은 물건이 생겼을 때, 용돈을 아껴 쓸 수 있다.	①	②	③	④	⑤
18	용돈기입장에 수입과 지출 내용을 일목요연하게 작성할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
19	나의 용돈 사용 및 관리 상태를 정확히 파악할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
20	용돈을 사용한 후에 스스로 평가하고 반성할 수 있다.	①	②	③	④	⑤

7. 용돈관리방법에 대한 교육이 필요하다고 생각합니까?

- ① 매우 필요하다. ② 필요하다. ③ 보통이다.
④ 필요하지 않다. ⑤ 전혀 필요하지 않다.

8. 자신의 용돈에 대하여 어떻게 생각합니까?

- ① 매우 만족한다. ② 만족하는 편이다. ③ 보통이다.
④ 불만족스럽다. ⑤ 매우 불만족스럽다.

9. 저축을 하고 있습니까? ① 예 (9-1번으로) ② 아니요 (10번으로)

9-1. 저축은 어떤 방법으로 하고 있습니까?

- ① 용돈 중, 일정한 금액을 저축한다. ② 용돈 이외의 돈(세뱃돈, 친척 등)이 생겼을 때 저축한다.
③ 소비하고 남은 용돈을 저축한다. ④ 기타()

10. 용돈은 주로 어디에 사용합니까? 순서대로 세 가지만 적어주세요.

1순위(), 2순위(), 3순위()

- ① 간식비 ② 학용품 구입 ③ 교통비
④ 저축 ⑤ 선물구입비 ⑥ 게임, 문화생활, 취미생활
⑦ 의복비(옷, 신발, 가방 등) ⑧ 기타()

11. 용돈통장을 가지고 있습니까? ① 예 (11-1번으로) ② 아니요 (12번으로)

11-1. 용돈통장은 어떻게 갖게 되었습니까? (11-2번으로)

- ① 부모님께서 만들어 주셨다. ② 부모님께서 만들라고 하셨다. ③ 선생님께서 만들라고 하셨다.
④ 내가 스스로 만들었다. ⑤ 기타()

11-2. 통장을 가지고 있다면 현금카드를 가지고 있습니까? ① 예 ② 아니요

12. 한 달 평균 용돈은 어느 정도입니까? (원)

13. 성별은? ① 남자 ② 여자

14. 학년은? ① 1학년 ② 2학년 ③ 3학년

15. 가정의 월평균소득은 어느 정도입니까?

- ① 100만원 미만 ② 100-200만원 미만 ③ 200-300만원 미만
④ 300-400만원 미만 ⑤ 400-500만원 미만 ⑥ 500만원 이상

16. 부모님의 연령은? ① 아버지 ()세 ② 어머니 ()세

