청소년의 자기효능감이 소비행동과 소비생활 단원에 대한 학습효과에 미치는 영향 *

The Influence of Juvenile Self-Efficacy on the Consumption Behavior and the Learning Effects of the Unit 'Consumption Life'

박은희(Eun-Hee Park)

Department of Clothing & Textiles, Kyungbook National University

Abstract

The purpose of this study was to identify the factor structure of self-efficacy, consumer behavior, and the learning effects of the unit 'Consumption Life' and to study the effects of self-efficacy on the consumer behavior, and the learning effects of the unit 'Consumption Life'. Questionnaires were administered to 370 female middle school students living in the Metropolitan City of Daegu. The data was analyzed by using the frequency, descriptive statistics, factor analysis, reliability analysis, multiple regression, and *t*-test. The findings are as follow. Self-efficacy was composed of five factors such as the capability in work performance, rational performance, fear, anxiety, and the ability to challenge oneself. Consumer behavior was composed of five factors such as emphasis on product display, emphasis on information, emphasis on fashion, emphasis on appearance, and the products/information exchange. The learning effects of the unit 'Consumption Life' was composed of two factors in the economical consumption, and rational consumption. The effects of consumer behavior and the learning effects of the unit 'Consumption Life' on each of the self-efficacy factors like the capability in work performance, rational performance, fear, anxiety, the ability to challenge oneself were explained by factors such as emphasis on product display, emphasis on information, emphasis on fashion, emphasis on appearance and products/information exchange, and economical consumption and rational consumption.

주제어(Keywords) : 자기효능감(self-efficacy), 소비행동(consumer behavior), 소비생활 단원에 대한 학습효과
(learning effect of the unit 'consumption life')

I. 서론

21세기 정보화 사회에서는 많은 정보 중에서 자신에게 필요한 것이 무엇인지를 알고, 그것을 잘 활용할 수 있는 능력을 향상시킴으로써 합리적이고 비판적인 사고를 할 수 있다 [8]. 이런 개인의 능력에 대한 판단이나 행동의 수준을 결정하는 자기효능감은 다양한 정보를 개인의 능력 정도에 따라

결과에 대한 기대는 달라진다. 특히 인간은 청소년기를 거치는 동안 다양한 사회화과정을 통하여 성장하면서 소비와 관련된 경험을 하게 되고, 청소년기에 형성된 기초적인 소비가치관은 성인이 된 후에도 많은 영향을 미치며 청소년기의 소비성향을 전면적으로 변화시키기 어렵다고 본다. 그래서 청소년기는 개인이 성인으로 성장하는 과도기로서 개인의 소비생활을 결정짓는 중요한 시기라 할 수 있다[17].

Corresponding Author : Eun-Hee Park, Department of Clothing & Textiles, Kyungbook National University, 80 daehangro, Buk-go, Daegu, 702-701, Korea Tel: +82-53-950-6220, Fax: +82-53-950-6219, E-mail: parkh1987@hanmail.net

*본 논문은 2012년 대한가정학회 제65차 춘계학술대회 포스터발표 논문임.

© Copyright 2012, The Korean Home Economics Association. All rights reserved.

산업화 사회를 기점으로 가정생활을 영위하기 위한 대부분의 상품과 서비스는 시장 상품으로 대체되었고, 오늘날 가정생활에서의 시장상품 대체 영역은 점차 확장됨으로서 가정형 영역에서의 소비자학에 대한 관심은 점차 강조되고 있다. 특히 오늘날과 같이 시장 환경이 복잡하고, 물질적으로 풍요로운 사회에서는 소비의 의미가 무엇인지, 소비가 타인에게 미치는 영향은 어떠한 지, 자신의 가치관과 부합되는 소비가 타인에게 미치는 영향은 어떠한 지, 자신의 가치관이 확고히 정립되지 않은 시기로, 친구나 매체를 모방하는 충동 소비, 과시 소비 등에 대한 욕구가 강한 시기여서, 이 시기에 올바른 소비생활을 이끌어 줄 필요성이 요구된다(p. 56)[15]. 하지만 기술·가정 교과 내용을 중심으로 한 소비행동과 관련된 연구는 거의 미비한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 제7차 교육과정과 제7차 개정 교육과정에서 중학교 기술·가정 교과와 소비생활 단원을 이수한 중 3학년과 중 1학년의 소비행동을 체계적으로 분석하고자 한다.

소비자 의사결정과정은 오늘날의 가정생활 영역 중 대부분이 시장 상품으로 대체되면서 가정생활에서 소비자 의사결정에 따른 선택의 문제가 중요하게 대두되고 있다. 게다가 정보사회에서는 정보사용 능력에 따라 선택 결과가 소득 크기에 따른 효과 이상으로 그 효용성의 차이를 가져옴으로써 정보 활용 능력이 강조되고 있다. 따라서 청소년들에게 소비자 의사결정 과정을 이해하도록 하고, 정보를 충분히 활용하여 개인의 여건과 특성에 맞는 상품과 서비스를 합리적이고 효율적으로 선택할 수 있는 수업이 이루어지도록 하는 것이 필요하다(pp. 56-57)[15].

기술·가정의 내용체계 중 제7차 교육과정의 8학년 '청소년과 소비생활'과 제7차 개정교육과정의 7학년 '청소년의 소비생활'을 분석하여 소비행동과 소비생활에 대해 알아보고, 수업 후 소비생활 단원 내용의 활용을 알아보는데 의의를 두고자 한다. 이에 본 연구에서는 청소년들의 수업과 관련하여 자신이 결과를 얻는데 수업 내용을 성공적으로 수행할 수 있다는 기대나 할 수 있다는 능력을 파악하는데 중요한 변인이 될 수 있는 자기효능감과 소비의 주체자로서 구매와 관련하여 소비행동을 파악하고, 수업 후 소비생활 단원의 활용을 알아보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 청소년의 자기효능감

사회인지이론에서 최초로 언급된 Bandura의 자기효능감은 개인이 결과를 얻는데 필요한 행동을 성공적으로 수행할 수 있는 믿음에 대한 신념을 의미한다. 자기효능감은 계획된

수행수준에 도달하는데 필요한 행동이나 활동을 조직하고 이행하는 자신의 능력에 대한 개인적 판단이나 신념으로서 활동의 선택, 노력의 양, 지속성을 결정한다. 자신에 대한 신념은 개인의 행동에 영향을 미쳐서 자신이 얼마나 잘 할 수 있다고 생각하는가에 따라서 행동의 수준이 결정되는 것으로[1], 과제중심적, 상황중심적이고 개인이 어떤 목적을 위해 자신의 능력에 대한 판단을 한다는 점에서 보다 목표지향적인 개념이기도 하다[9].

개인은 각자의 사고, 감정, 행동을 조절하는 자기체계를 가지고 있어 자체적인 인지구조와 정서구조를 갖고 주어진 환경을 변화시키며 개인의 행동에 영향을 미치는 능력을 제공함으로써 자기조절 기능을 하게 되는데 이를 자기효능감이라고 한다(p. 22)[13]. 즉, 인간행동은 환경적 요인과 인지요인의 상호작용에 의해 결정되며, 환경적 정보는 직접적으로 행동에 영향을 미치기보다는 인지적 매개과정에 의하여 처리되고 변형되어 행동에 영향을 미친다고 본다[9].

청소년들이 직면하는 수업상황과 친구와의 관계를 보면, 개인의 의지와 노력에 따라서 수업효과와 학교생활 적응을 파악할 수 있다. 이때 환경에 따른 상황 대처 능력을 파악하는 자기효능감은 일 수행능력을 판단하여 행동변화를 가져오는데 필요한 변인으로 선행연구에서 다루고 있다. Lee 외는 경제적 상황은 물질적 자원의 부족만을 의미하는 개념이라기보다는 사회적 및 심리적, 문화적 박탈을 동시에 포함하는 개념을 가지고 있기 때문에 자기효능감에 중요한 변수가 될 수 있다고 하였다[9]. Lee 외는 고등학교 가정과의 가족관계 영역에 문제중심학습을 적용한 수업이 학생들의 자아효능감에 미치는 효과에서 문제중심학습을 적용한 가정과 수업은 강의식 수업의 경우에 비해 학생들의 자아효능감을 높이는 것으로 나타났으며, 이는 문제중심학습이 학생들에게 지적 만족감을 높이며 자아효능감을 향상시키는데 긍정적이라는 주장을 지지하였다[8]. Park 외는 자기효능감 유형에 따른 소비가치의 차이에서, 자기효능감 유형 중 도전적/수행형은 자신감이 높고 도전성을 가진 집단으로 제품이 주는 물질적 의미보다는 기능성이 높은 제품을 선택하였고, 자신의 개성을 나타내는 제품에 관심을 보인다고 하였으며, 안정적/수행불확신행형은 일을 계획적으로 치밀하게 처리하여 일수행능력은 높았지만 이로 인한 스트레스로 불안감이 높아서 이런 불안감을 해소하기 위해 물질적 만족에서 행복을 추구하려 하였고, 주변사람들을 의식하는 소비행동을 한다고 하였다. 또한 안정적수행형은 물질 소유를 통해 자신을 과시함으로써 만족을 느끼고 행복을 추구하려는 경향이 있다고 하였다[14]. Park은 패션제품의 양면적 소비행동에서, 자기효능감의 가격 양면성집단은 항상 목표를 세우고 진행 상태를 점검하는 과정에서 불안감을 느끼는 집단으로 물질적 소유를 통

해 자신감을 높이고, 불안감을 해소하려는 의도를 가지고 있으며, 이들은 외재적 속성을 나타내는 가격으로 자신의 경제력을 보여주고자 할 때 고가격대의 과시적 소비성향을 나타내기도 하는 반면에 저렴한 가격으로 쇼핑에 대한 즐거움을 찾기도 한다고 하였다(p. 71)[13].

이와 같이 자기효능감은 청소년들의 수업과 관련하여 자신이 결과를 얻는데 수업 내용을 성공적으로 수행할 수 있다는 기대나 할 수 있다는 능력을 파악하는데 중요한 변인이 될 수 있으며, 소비의 주체자로서 구매와 관련하여 소비행동과 자신의 능력 정도에 따른 행동변화를 알 수 있는 자기효능감과도 관련이 있을 것으로 사료된다.

2. 청소년의 소비행동

청소년은 아동과 성인의 중간, 즉 신체적·정신적·사회적으로 아동에서 성인으로 되어 가는 과도기적 존재로서 대략 9~13세에서부터 22~24세의 연령에 해당하는 자들로(p. 16)[7], 통상적으로 13세~18세의 중·고등학생을 청소년으로 보는 견해가 많다. 이들은 부모의 간섭으로부터 벗어나 자주적으로 판단하고 행동하려는 욕구가 강해지는 시기이다. 특히 소비 행동에서도 이런 특성을 보여 아동 소비자나 성인 소비자와는 다른 소비행동의 특성을 보인다.

현재 청소년들은 풍족한 물질적 지원을 받고 자란 세대로 서구의 개인주의와 다원주의적 문화와 문물을 접하고 자란 세대인 동시에 정보의 활용이 높아 정보의 주도적 역할을 하는 세대로, 소득이 없지만 소비 활동에서 적극적으로 참여하고 자신을 표현하는데도 적극성을 띠는 경향을 보인다. 특히 이들은 제품의 질보다 브랜드나 디자인에 의미를 두어 표현적 소비를 하는 경향이 높고 또한 정보매체의 발달로 또래 친구와 동일한 제품을 구입하여 소속감을 표현하려는 성향을 보이기도 한다. 게다가 TV나 뮤직비디오에 나오는 대중스타와 또래 친구로부터 외모나 자아형성에 영향을 받아 청소년 시기는 소비행동에서도 사회화되어 동조현상을 나타낸다. 이런 동조는 연예인이나 주변 친구들에 의해 자신을 동일시하려는 현상으로 특정인물이나 집단과 자신을 동일시하는 행동에서 외모관리를 통해 동조하게 되는 행동을 소비로 연결되기도 한다. 따라서 청소년기는 소비자 사회화 과정에 있어서 결정적인 시기로 아동기의 단순한 소비 행태에서 완전히 성인으로서의 독자적인 소비 행태로 이행해 가는 과정에 있으며, 이 시기의 소비와 관련된 경험들은 미래에 성인이 될 때까지 지속되어 성인기의 소비행동의 유형을 결정하는데 중요한 역할을 한다[17]. 본 연구에서는 이런 청소년 소비행동 특성과 관련하여 자신의 주변상황과 행동에 관련된 자기효능감의 변인에 따라 소비행동에 어떤 영향을 미치는지 알아보고자 한다.

3. 기술·가정 교과와 소비생활 단원 내용

제7차 교육과정의 시기(1997~2007)에는 기술·가정과의 구조에 큰 변화가 있었는데 종전의 기술·산업과 가정 과목으로 구분하여 이수하던 것을 기술·가정으로 통합 이수하게 함으로써 2개 과목을 한 교과로 병합하였고, 남녀 모두를 이수대상으로 하였다. 제7차 교육과정에 따른 기술·가정 교과 소비생활 단원은 8학년(중2학년)에서 다루고 있으며, 대단원의 '자원의 관리와 환경', 중단원의 '청소년과 소비생활', 소단원의 '청소년의 소비문화', '청소년 소비 생활', '구매 의사 결정', '상품 구매에 필요한 소비자 정보', '소비자의 권리와 책임', '소비자 문제의 해결'에 대한 내용이다. 제7차 교육과정에서는 청소년이 미래 소비 활동의 주역으로서 소비자의 의미와 역할, 소비자 정보의 활용, 구매 의사 결정, 소비자 문제의 해결 방법을 알아 합리적인 소비 생활을 할 것을 중요하게 다루었다(pp. 208~220)[11].

2007년 개정교육과정이 고시되면서 중학교는 2010년부터 개정 교육과정에 따라 새로 만들어진 교과서를 사용하게 되었다. 2007 개정 교육과정은 1997년 고시된 제7차 교육과정의 기본 철학과 체계를 유지하고 있지만 가정 교과와 기술 교과의 성격이나 내용 등에 큰 차이가 있다(p. 173)[12]. 2007년 개정 교육과정에 따른 기술·가정 교과와 소비생활 단원은 7학년(중1학년)에서 다루고 있으며, 대단원의 '청소년의 생활', 중단원의 '청소년의 소비 생활', 소단원의 '소비자로서의 청소년', '소비자 정보의 활용', '합리적 구매 의사 결정', '소비자 문제의 발생과 해결'과 관련된 내용이다(pp. 94~106)[2]. 이 시기의 소비 행동이 성인기까지 영향을 미쳐서 개인의 신용을 형성하게 되므로 건전한 소비 생활 가치관을 형성하도록 하는 내용을 다루도록 하고 있다. 또한 소비 결정의 주체로서 자신의 가치에 입각하여 스스로 의사 결정을 신중히 내리고 소비자 정보의 중요성을 알고 바른 의사 결정을 내릴 수 있도록 하고, 자신의 소비가 사회 및 환경에 미칠 영향을 고려하는 책임 있는 소비자로서의 역할을 수행할 수 있도록 하여 지속 가능한 삶을 고려하는 성숙한 소비 생활을 할 수 있는 소양을 기르는데 제7차 개정 교육과정에서 중점을 두고 있다(pp. 175~176)[12]. 특히, 합리적 구매의사 결정에서는 소비자 정보 및 원천, 구매의사결정 과정 등을 포함시켰으며, 새로운 소비문화 형성에는 소비자의 권리와 책임, 소비자 문제 및 피해 구제 제도, 친환경 소비 등의 내용을 포함시켰다(p. 177)[12]. 따라서 제7차 교육과정과 제7차 개정교육과정의 기술·가정 내용요소를 구체적으로 살펴보면 Table 1과 같다.

Jang 외는 소비생활 단원의 수업 안을 이론적 수업과 실천적문제중심수업을 실시하여 검사한 결과, 실천적문제중심 가정과수업을 받은 청소년이 전통적 강의식 가정과수업을

Table 1.

Technology and Home Economics, its contents and elements in the 7th National Curriculum and the Revised 7th National Curriculum

National curriculum Unit of consumption life	7th National Curriculum	Revised 7th National Curriculum
	Name of big unit	The juvenile life
1. Name of mid-unit 1) Name of small unit (1) Contents and elements (pp. 106-125)[3], (pp. 205-213)[4]	Resource management and environment	1. Consumption life of the juvenile 1) What can we do to be a wise consumer? (1) Correcting the consumption habits of the juvenile (2) Managing my credits (3) Getting interested in my home and housekeeping 2) What can we do to protect the consumer's sovereignty? (1) How can we make a rational purchase? (2) What should we do as a consumer? 3) What can we do to be responsible consumers? (1) Consumption regarding the environment and resource management. (2) Forming a neo-consumption culture.
	1. Consumption life of the juvenile 1) Understanding the consumption life of the juvenile (1) Characteristics of juvenile consumers 2) Wise consumption life (1) Utilization of consumer information (2) Consciousness raising of consuming right (3) Proper understanding of advertisements (4) Rational purchase decision making 3) Consumer problem and consumer protection	1. Consumption life of the juvenile 1) What are the characteristics of juvenile consumers' consumption behavior? (1) The characteristics of juvenile consumption behavior (2) Looking back my consumption life 2) What can we do to make a wise purchase? (1) Looking back on my purchase behavior (2) Purchase decision-making process 3) What can we do to be an informed consumer? (1) Consumer information for product purchase (2) Consumer information source 4) What should we do to exert the consumer sovereignty? (1) Consumer's rights (2) Consumer's responsibility (3) Solving consumer problems
1. Name of mid-unit 1) Name of small unit (1) Contents and elements (pp. 90-105)[10], (pp. 32-45)[16]	1. My consumption life 1) What is the consumer? 2) What is the purchasing process of products and service? 3) What kind of consumer information can we find? 4) What are the rights and responsibility of consumers? (1) Types and reasons of consumer problems (2) Solutions for consumer problems	

받은 청소년보다 의사결정능력이 더 많이 향상되었는데 이는 실천적 문제 중심 수업에서 실천적 문제를 해결하기 위해 스스로 문제를 규명하고, 정보를 탐색하고, 구체적인 대안을 설정하고, 각 대안의 장단점을 비교하며 가장 적절한 대안을 선택하는 학습 과정이 이루어지기 때문으로 보았다[5].

따라서 본 연구에서는 소비생활 단위 중 합리적 구매의사 결정과정을 수업한 내용을 중심으로 학습효과를 파악하고자 한다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

1. 청소년의 자기효능감이 소비행동과 소비생활 단위에 대한 학습효과에 미치는 영향을 알아본다.

2. 학년에 따른 자기효능감과 소비행동의 차이를 알아본다.
3. 제7차 교육과정 학습자와 제7차 개정 교육과정 학습자의 소비생활 단위에 대한 학습효과의 차이를 알아본다.

2. 연구 대상 및 자료수집

연구대상은 대구광역시 중학교 3학년 여학생과 중학교 1학년 여학생을 선정하였다. 이는 제7차 교육과정에서는 기술·가정 교과와 청소년 소비생활 단원이 중학교 2학년에 편제되어 있으며, 제7차 개정 교육과정에서는 기술·가정 교과와 청소년 소비생활 단원이 중학교 1학년에 편제되어 있어, 제7차 교육과정과 제7차 개정 교육과정에 따라 중학교에서 이수한 학년이 다르므로 대상자와 조사 시기를 달리하였다. 따라서 제7차 교육과정의 중2 기술·가정 교과 소비생활 단원을 이수한 중학교 3학년과 제7차 개정 교육과정의 중1 기술·가정 교과 소비생활 단원을 이수한 중학교 1학년을 대

상으로 실시하였다.

조사 대상자는 중학교 1학년 여학생 169명(45.7%)과 중학교 3학년 여학생 201명(54.3%)이었고, 부모의 직업으로 아버지의 직업은 회사원 125명(33.8%), 자영업 경영 109명(29.5%), 전문직 44명(11.9%), 교사/공무원 37명(10.0%), 판매 및 서비스직 25명(6.8%), 생산직 17명(4.6%), 기타 13명(3.5%)이었고, 회사원이 가장 높았으며 그 다음은 자영업 경영이었다. 어머니의 직업은 전업주부 163명(44.1%), 자영업 경영 48명(13.0%), 회사원 43명(11.6%), 교사/공무원 36명(9.7%), 전문직 24명(6.5%), 판매 및 서비스직 22명(5.9%), 생산직 14명(3.8%), 파트타임직 14명(3.8%), 기타 6명(1.6%)으로 전업주부가 44.1%로 높은 비율을 나타내었다. 한 달 용돈은 2-3만원 202명(54.6%), 4-5만원 81명(21.9%), 1만원 이하 52명(14.1%), 6-7만원 19명(5.1%), 8-9만원 6명(1.6%), 안받음 7명(1.9%), 10만원 이상 3명(6.8%)으로 나타나 절반 이상이 2-3만원의 용돈을 받아서 소비하는 것을 보여주었다.

조사 시기는 중학교 3학년은 2011년 4월 10일~4월 20일에 걸쳐 설문지 220부를 배부하여 실시하였다. 이 중 212부가 회수되었고, 불성실한 설문지를 제외한 201부를 자료에 사용하였다. 또한 중학교 1학년은 2011년 12월 10일~12월 20일에 걸쳐 설문지 190부를 배부하여 실시하였다. 이 중 180부가 회수되었고, 불성실한 설문지를 제외한 169부를 자료에 사용하였다.

3. 측정도구 및 분석

본 연구에서 사용한 자기효능감의 측정항목들은 기존 연구에서 사용된 항목들을 연구자가 수정, 보완하였으며, 소비행동과 기술·가정 교과와 소비생활 단원에 대한 수업효과와 측정항목들은 연구자가 기술·가정 교과 내용을 토대로 문항을 개발하였다. 본 연구에서 사용된 측정항목들은 예비조사를 통해 유효성을 검증한 후 사용하였으며, 5점 리커트 척도(1점: 전혀 그렇지 않다, 5점: 매우 그렇다)로 각 개념항목을 측정하였다. 자기효능감, 소비행동, 기술·가정 교과와 소비생활 단원에 대한 학습효과에 관련된 자료를 수집하기 위해 질문지법을 이용하였다.

자기효능감의 측정문항은 선행연구(p. 38)[13]를 바탕으로 연구자가 수정, 보완하여 19문항을 사용하였다. 소비행동의 측정문항은 기술·가정 교과와 소비생활을 바탕으로 청소년들의 소비행동에 관한 17문항을 사용하였다. 그리고 소비생활 단원에 대한 학습효과와 측정문항은 기술·가정 교과와 소비생활을 바탕으로 7문항을 사용하였다. 기술·가정 교과와 소비행동과 소비생활 단원에 대한 학습효과를 알아보기 위해 제7차 교육과정(1997-2007)에서는 중학교 국민공통기본교과목인 기술·가정 교과 중 2학년의 대단원의 '자원의

관리와 환경', 중단원의 '청소년의 소비생활', 소단원의 '청소년의 소비자 특성', '구매의사결정', '소비자 정보'에서, 제7차 개정 교육과정에서는 기술·가정 교과 중 1학년의 대단원의 '청소년의 생활', 중단원의 '청소년의 소비생활', 소단원의 '청소년 소비자의 특성', '구매의사결정과정', '소비자 정보의 활용'에서 연구자가 문항을 구성하였으며, 인구통계적특성은 성별, 학년, 부모 직업, 한 달 용돈에 관련된 문항이었다.

SPSS PC+ 18.0 통계 프로그램을 이용하여 자료를 분석하였다. 통계방법은 빈도, 평균, 표준편차, 요인분석, 신뢰도 검증, 회귀분석, t -test를 사용하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 자기효능감과 소비행동 요인분석

청소년들의 자기효능감을 살펴보기 위해 주성분 분석과 Varimax 회전을 이용하여 요인분석한 결과 5개의 요인이 추출되었다. 요인 1은 위험한 상황에서 잘 대처할 수 있는 능력과 할 수 있는 일과 할 수 없는 일을 판단할 수 있으며, 정보를 충분히 활용할 수 있다는 문항으로 구성되어 "과제수행능력"으로 명명하였다. 요인 2는 항상 목표를 세우고 그것에 맞추어 일의 진행 상태를 확인하며, 일을 조직적으로 처리한다는 문항으로 구성되어 "합리적 수행"으로 명명하였다. 요인 3은 주변 사람들이 나보다 뛰어난 것 같으며 일을 시작할 때 실패할 것 같은 느낌이 든다는 문항으로 구성되어 "두려움"으로 명명하였다. 요인 4는 문제가 생기면 불안해져서 아무 것도 할 수 없고 어려운 일이 생기면 당황스러워 한다는 문항으로 구성되어 "불안감"으로 명명하였다. 요인 5는 쉬운 일보다는 어려운 일을 좋아하고 어렵거나 도전적인 일에 매달리는 것을 재미있어 한다는 문항으로 구성되어 "도전성"으로 명명하였다. 5개 요인별 신뢰도 확인결과 Cronbach's α 값이 요인 1은 .83, 요인 2는 .74, 요인 3은 .67, 요인 4는 .83, 요인 5는 .59로 나타났으며, 전체설명력은 59.69%였다.

주어진 상황을 얼마나 잘 처리할 수 있는가에 따른 수행능력 정도에 대한 기대를 의미하는 자기효능감의 평균에서, 과제수행능력(3.54)이 다른 요인의 평균보다 높게 나타나 중학생들은 위험하거나 어려운 상황을 대처할 수 있는 능력이 있음을 알 수 있다. 이는 친구와의 관계나 학습 환경에 의해 직면하게 되는 상황을 자신이 대처할 수 있는 능력을 가지고 처리를 하려는 의지가 있음을 보여준다.

청소년들의 소비행동의 하위개념을 살펴보기 위해 주성분 분석과 요인분석을 실시한 결과는 5개의 소비행동 요인이 추출되었으며 Table 2와 같다. 요인 1은 친환경 제품인지 확

인하고 선택하며, 물건을 살 때 품질 마크, 식품 첨가물을 확인한다는 문항으로 구성되어 “제품표시중시”로 명명하였다. 요인 2는 인터넷을 통해 정보 탐색을 하고, 사용자 후기의 내용을 읽어본 후 구매를 한다는 문항으로 구성되어 “정보중시”로 명명하였다. 요인 3은 최신 유행하는 제품을 친구들이 가지고 있으면 사고 싶고, 최신 유행하는 제품에 관심이 많다는 문항으로 구성되어 “유행중시”로 명명하였다. 요인 4는 친구들보다 독특한 제품을 선택하고 품질보다는 상표를 보고 선택한다는 문항으로 구성되어 “외형중시”로 명명하였다. 요인 5는 필요한 물건이 있으면 친구들과 물건을 교환하며 친구들과 함께 품질이 좋은 제품을 싸게 파는 곳을 찾아 이용한다는 문항으로 구성되어 “제품/정보교환”으로 명명하였다. 5개 요인별 신뢰도 확인결과 Cronbach's α 값이 요인 1은 .82, 요인 2는 .73, 요인 3은 .75, 요인 4는 .56, 요인 5는 .55로 나타났으며, 전체설명력은 62.01%였다.

소비행동의 평균에서, 정보중시(3.70)와 유행중시(3.42) 순으로 높게 나타났다. 청소년들은 제품을 구입하기 전 정보를 탐색하게 되는데 이때 주로 이용하는 정보 매체는 인터넷 사이트에서 가격 비교 및 제품 등을 탐색하거나, 제품 사용자 후기의 내용을 이용하는 것으로 나타나, 소비자의사결정

과정에서 정보탐색활동을 많이 하는 것을 알 수 있고, 유행하는 제품에 관심이 있음을 보여준다. 이는 청소년들의 구매 의사결정과정에서 동조현상을 볼 수 있다. 즉, 친구들의 영향으로 제품에 대한 호기심과 소유욕이 생겨 구매 동기가 발생하고, 인터넷 정보 매체를 이용하여 합리적인 소비행동을 하는 경향을 보여준다.

2. 기술·가정 교과의 소비생활 단원에 대한 학습효과 및 요인분석

기술·가정 교과와 소비생활 단원에 대한 학습효과는 Table 3과 같다. 중학생의 소비생활 단원에 대한 학습효과와 세부 내용은 구매의사결정과정을 적용하여 현명한 구매를 할 수 있는가에 대한 내용에서 ‘수업 후 예산한 금액으로 구입하려고 노력한다’, ‘수업 후 제품 구입시 가격만큼 효용이 있는지 생각하고 선택하게 되었다’, ‘수업 후 가격이 맞으면 제품을 선택하게 되었다’, ‘수업 후 일회용제품보다는 오래 동안 사용할 수 있는 제품을 구입하여 사용하게 되었다’ 순으로 활용이 높게 나타났다. 또한 ‘수업 후 소비자 구매의사 결정과정을 이해할 수 있다’, ‘수업 후 현명한 소비자가 되려고 노력한다.’에서 각각 평균 3.27, 3.22를 나타내어, 다른

Table 2.
Factor analysis for consumer behavior

Factor	Variables	Loading	Eigen value	Accumulation variance (%)	Cronbach's α (Mean)
Emphasis on product display	Choices are made after checking the eco-friendliness of products.	.76	3.14	18.45	.82 (2.94)
	When buying things, I check the quality marks.	.73			
	I choose reusable products.	.71			
	When buying foods, I check the food additives.	.69			
	When buying things, I check the warranty.	.69			
	When buying foods, I check the mark of origin.	.66			
Emphasis on information	I buy things after searching information from several internet sites.	.79	2.32	32.12	.73 (3.70)
	I sometimes choose to buy after reading the reviews of previous users.	.76			
	I buy things after checking the specification of a product.	.69			
Emphasis on fashion	I want to buy when my friends have products of latest style.	.87	2.07	44.28	.75 (3.42)
	I am very interested in the latest products.	.81			
	I'd like to buy when I find a product on my wish list.	.68			
Emphasis on appearance	I choose more unique products than my friends have.	.72	1.66	54.03	.56 (3.08)
	I choose things according to the brand rather than quality.	.72			
	Design is more important than price.	.83			
Products/information exchange	When I need something, I exchange things with my friends.	.85	1.36	62.01	.55 (3.05)
	I try to find and visit shops with cheaper products of good quality with friends.	.73			

Table 3.

Learning effects of the unit 'Consumption Life' in Technology and Home Economics textbooks

Learning effects of the unit 'Consumption Life' variables	M (SD)
After attending the class, I try to choose products with proper price.	3.63 (.88)
After attending the class, I have come to choose a products regarding the utility and comparing the price.	3.64 (.89)
After attending the class, I have come to try to buy things within the budget.	3.65 (.87)
After attending the class, I do not buy unnecessary things even though they are desired.	3.33 (.99)
After attending the class, I try to be a wise consumer.	3.22 (.97)
After attending the class, I can understand the decision making process of consumers.	3.27 (.87)
After attending the class, I have come to use durable rather than disposable things.	3.62 (.91)

영역의 활용보다 낮은 점수를 나타내었는데 이는 구매의사 결정과정에서 사용자와 구매자가 다르기 때문으로 볼 수 있다. 즉, 구매의사결정과정 단계를 적용하는데 있어 개인이 적극적으로 처리할 수 있는 부분과 생략을 하거나 타인에 의해 단계가 이루어지게 되면 과정을 이해하거나 현명한 소비를 하려는 의지가 약해지므로 수업 시간에 배운 내용의 학습 효과는 낮아지는 것에 따른 차이로 해석할 수 있다. 이는 강의식 수업의 이론보다는 실질적으로 문제를 해결할 수 있는 문제중심학습을 적용하는 것이 앞으로 소비를 하는데 도움이 될 것으로 사료된다. 소비생활 단원에서 청소년들이 직면하는 구매의사결정과정의 문제를 해결할 수 있는 능력을 기를 수 있도록 기회를 제공하는데 있어 실천적 문제중심수업이 효과적일 수 있다는 Jang 외의 연구를 지지한다[5].

Table 3에 제시한 기술·가정의 소비생활 단원에 대한 중학생의 소비 특성, 구매 의사 결정 과정 활용 문항을 주성분 분석과 요인분석을 실시한 결과 Table 4와 같으며 2개 요인이 추출되었다. 수업 전 보다는 수업을 마친 후 제품의 가격적인 측면을 고려하여 구입하는 경향을 보인다는 문항으로 구성되어 “경제적 소비”로 명명하였고, 수업을 하기 전에

비해 수업시간에 배운 내용에 의해 현명한 소비가 이루어지도록 노력하는 경향이 높고, 일회용품보다는 오래 동안 사용할 수 있는 제품을 고려하여 선택한다는 문항으로 구성되어 “합리적 소비”로 명명하였다. 2개 요인별 신뢰도 확인 결과 Cronbach's α 값이 요인 1은 .66, 요인 2는 .63으로 나타났다, 전체설명력은 54.02%였다.

3. 청소년의 자기효능감이 소비행동과 소비생활 단원에 대한 학습효과에 미치는 영향

청소년의 자기효능감이 소비행동과 기술·가정의 소비생활 단원에 대한 학습효과에 미치는 영향을 알아보기 위하여 회귀분석을 실시하였고, 유의적인 변수와 설명력에 대한 결과는 Table 5와 같다. 소비행동의 제품표시증시에서는 자기효능감의 합리적 수행, 두려움, 과제수행능력에서 유의적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 21%였다. 자기효능감의 합리적 수행, 두려움, 과제수행능력이 높을수록 소비행동의 제품표시증시에서 높게 나타났다. 이는 목표를 이루기 위해 일의 진행 상태를 확인하려는 의지가 높고 어려운 상황을 극복할 수 있는 능력이 높지만 일에 대해 실패할 것

Table 4.

Factor analysis for learning effects of the unit 'Consumption Life' in Technology and Home Economics textbooks

Factor	Variables	Loading	Eigen value	Accumulation variance (%)	Cronbach's α (Mean)
Economical consumption	After attending the class, I try to choose products with proper price.	.81	1.94	27.73	.66 (3.55)
	After attending the class, I have come to choose a products regarding the utility and comparing the price.	.72			
	After attending the class, I have come to try to buy things within the budget.	.67			
	After attending the class, I do not buy unnecessary things even though they are desired.	.51			
Rational consumption	After attending the class, I try to be a wise consumer.	.82	1.84	54.02	.63 (3.37)
	After attending the class, I can understand the decision making process of consumers.	.80			
	After attending the class, I have come to use durable rather than disposable things.	.58			

같은 두려움을 느끼며, 그 상황에서 스트레스를 받는 청소년들은 제품 구입시 친환경제품인지 확인하고 품질 보증서나 식품첨가물을 확인하려는 경향을 보였다. 소비행동의 정보중시에서는 자기효능감의 불안감에서 유의적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 7%였다. 이는 큰 문제가 생기면 불안해져서 아무 것도 할 수 없으며 당황스러워하는 청소년들은 인터넷사이트에서 정보를 탐색하거나 사용자 후기를 읽어 보고 대안을 선택하는 경향을 나타내었다. 즉, 일에 대한 불안감이 높은 청소년들은 소비자의사결정과정의 외적정보탐색 활동을 하여 의심스러운 것을 직접 정보탐색을 통해 확인한 후 대안을 선택하여 자신의 판단을 긍정적인 부분으

로 만들려는 의도가 높음을 알 수 있다. 소비행동의 유행중시에서는 자기효능감의 합리적 수행, 과제수행능력에서 유의적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 7%였다. 이는 일을 조직적으로 처리하고 안 되더라도 될 때 까지 지속적으로 노력하는 청소년들은 유행에 관심이 높아서 주변 친구들이 최신 유행하는 제품을 가지고 있으면 사고 싶은 마음이 생겨 바로 구매를 하려는 의도를 보인다. 소비생활의 외형중시에서는 자기효능감의 불안감, 합리적 수행에서 유의적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 8%였다. 어려운 일에 직면하였을 때 당황하고 불안해하는 청소년들은 친구보다 독특한 제품을 선택하거나 품질보다는 브랜드

Table 5.

The influence of juvenile self-efficacy on the consumption behavior and learning effects of the unit 'Consumption Life'

Consumer behavior, learning effects of the unit 'Consumption Life'	Self-efficacy	β	t	F	R^2
Emphasis on product display	Capability in work performance	.20	2.97**	18.76***	.21
	Rational performance	.34	5.23***		
	Fear	.17	3.26***		
	Anxiety	-.05	-1.20		
	Ability to challenge oneself	.06	1.25		
Emphasis on information	Capability in work performance	.07	.79	5.11***	.07
	Rational performance	.03	.35		
	Fear	.03	.35		
	Anxiety	.23	4.32***		
	Ability to challenge oneself	.05	.64		
Emphasis on fashion	Capability in work performance	.18	2.84**	21.81***	.07
	Rational performance	.39	6.11***		
	Fear	.03	.66		
	Anxiety	.02	.66		
	Ability to challenge oneself	-.06	-1.23		
Emphasis on appearance	Capability in work performance	.14	1.90	5.61***	.07
	Rational performance	.15	2.05*		
	Fear	.06	1.00		
	Anxiety	.09	2.10*		
	Ability to challenge oneself	.06	1.15		
Products/information exchange	Capability in work performance	.20	2.42*	6.32***	.08
	Rational performance	.15	1.83		
	Fear	.18	2.79**		
	Anxiety	-.11	-2.25*		
	Ability to challenge oneself	.05	.78		
Economical consumption	Capability in work performance	.27	4.60***	17.44***	.19
	Rational performance	.26	4.71***		
	Fear	.05	1.10		
	Anxiety	.00	.12		
	Ability to challenge oneself	-.09	-2.04*		
Rational consumption	Capability in work performance	.18	2.84**	17.27***	.19
	Rational performance	.39	6.11***		
	Fear	.03	.66		
	Anxiety	.02	.66		
	Ability to challenge oneself	-.06	-1.23		

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

를 중요하게 여기는 소비행동을 보인다. 이는 일을 계획적으로 치밀하게 처리하여 일수행능력은 높았지만 이로 인한 스트레스로 불안감이 높아서 이런 불안감을 해소하기 위해 물질적 만족에서 행복을 추구하려 하였고, 주변 사람들을 의식하는 소비행동을 한다고 한 Park 외의 연구를 뒷받침한다[14]. 소비생활의 제품/정보교환에서는 자기효능감의 두려움, 과제수행능력과 불안감(-)에서 유의적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 8%였다. 이는 일을 처리하는 능력은 높지만 또래 친구보다 못하다는 생각을 가지고 있어 이러한 생각을 극복하기 위해 위험한 상황에서도 대처할 수 있는 능력이 있으며 어려운 상황에서도 불안해하지 않은 청소년들은 필요한 물건이 있으면 친구들과 물건을 교환하려는 의도가 높고 좋은 물건을 싸게 파는 곳을 친구들과 공유하기를 원하는 소비행동을 보였다. 소비생활 내용 영역의 경제적 소비에서는 자기효능감의 과제수행능력, 합리적 수행, 도전성(-)에서 유의적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 19%였다. 이는 자기효능감의 합리적 수행과 과제수행능력이 높을수록, 도전성은 낮을수록, 소비생활 단원의 경제적 소비에서 높게 나타났다. 목표를 세우고 그것에 비추어 일의 진행 상태를 확인하여 일을 조직적으로 처리하고, 반면에 어려운 일보다는 쉬운 일을 선택하여 일 처리를 원활하게 하는 청소년들은 제품 구매시 가격만큼 효용이 있는지 생각하여 선택하고 또한 예산 금액에 맞추어 구입하려는 경향을 나타내었다. 즉, 신제품은 위험 부담이 높고 가격적인 측면에서 효용성이 낮으므로 도전적인 행동을 하기보다는 예산한 금액에 맞추어 소비를 하려고 한다. 소비생활 단원의 합리적 소비에서는 자기효능감의 합리적 수행과 과제수행능력에서 유의적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 19%였다. 자기효능감의 합리적 수행과 과제수행능력이 높을수록 소비생활 단원의 합리적 소비를 하는 경향을 보였다. 이는 목표를 세우고 일이 잘 안되어도 지속적으로 노력하여 어려운 상황을 극복하려는 의지가 높은 청소년들은 구매의사결정과정을 잘 이해하고 있어 현명한 소비를 하려는 의지가 높음을 알 수 있다.

4. 학년에 따른 자기효능감과 소비행동의 차이

학년에 따른 자기효능감의 차이를 알아보기 위해 *t*-test를 실시한 결과는 Table 6과 같다. 자기효능감의 합리적 수행, 도전성에서 유의한 차이를 보였으며, 합리적 수행과 도전성에서는 1학년이 3학년에 비해 점수가 높은 것으로 나타나, 1학년이 3학년보다 일을 조직적으로 처리하는 편이고 쉬운 일보다는 어려운 일을 좋아하는 경향을 나타내었다. 자신이 할 수 있다는 능력에 대한 판단에서 자신감을 가진 사람은 자신에 대한 확신과 믿음이 높아서 자기효능감이 높다. 즉, 학교생활의 성적과 친구관계에서 저학년은 서열이 정해져 있지 않고 만들어 가는 과정에 있으므로 잘 할 수 있다는 신념이 높을 수 있지만 고학년은 자신의 위치를 파악하고 있어 강한 신념을 보이기보다는 안정된 상황을 유지하려는 의도를 보여 학년에서 차이를 나타내는 것으로 보여진다.

학년에 따른 소비행동의 차이를 알아보기 위해 *t*-test를 실시한 결과는 Table 7과 같다. 소비행동의 제품표시중시, 정보중시, 유행중시에서 유의한 차이를 나타내어, 1학년은 소비행동의 제품표시중시에서 높게 나타났고, 3학년은 소비행동의 정보중시와 유행중시에서 높게 나타났다. 즉, 1학년은 3학년보다 제품을 구입할 때 식품 첨가물, 품질보증서, 원산지 등을 확인하여 선택하는 편이고, 3학년은 1학년보다 소비자의사결정과정의 정보탐색 활동을 더 많이 고려하여 제품을 선택하는 것으로 나타났다. 또한 유행에 대한 관심은 중학교 1학년보다는 3학년에서 더욱 높은 것을 알 수 있다. 이는 친구에 대한 동조성향의 수준은 중학교 학년이 올라갈수록 동조적이다가 중학교 3학년 때 정점에 도달하는데 이것은 청소년기에 접어들면서 친구의 영향력이 커지다가, 자신에 대한 정체성이 확립되고 독립적인 객체라고 느끼는 시기, 즉 고등학생이 되면 다시 친구의 영향이 적어진다고 본 Kim 외의 연구를 지지한다[6].

5. 제7차 교육과정 학습자와 제7차 개정 교육과정 학습자의 소비생활 단원에 대한 학습효과 차이

제7차 교육과정 중2 기술·가정의 소비생활 단원을 이수

Table 6.
Self-efficacy according to grade level

Grade level \ Self-efficacy	Capability in work performance	Rational performance	Fear	Anxiety	Ability to challenge oneself
1st grade of (n = 169) M (SD)	3.58 (.63)	3.28 (.61)	3.06 (.73)	3.08 (.98)	2.99 (.72)
3rd grade of (n = 201) M (SD)	3.50 (.63)	3.12 (.64)	2.91 (.75)	2.99 (1.05)	2.78 (.72)
<i>t</i> -test	1.30	2.41*	1.92	.82	2.72**

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

Table 7.
Consumer behavior according to grade level

Grade level \ Consumer behavior	Emphasis on product display	Emphasis on information	Emphasis on fashion	Emphasis on appearance	Products / information exchange
1st grade of (n = 169) M (SD)	3.14 (.71)	3.48 (.86)	3.24 (.99)	3.08 (.76)	3.12 (.76)
3rd grade of (n = 201) M (SD)	2.77 (.68)	3.88 (.72)	3.56 (.82)	3.08 (.68)	3.00 (.76)
t-test	5.10***	- 4.92***	- 3.37***	- .03	1.37

***p < .001

한 중학교 3학년과 제7차 개정 교육과정 중1 기술·가정의 소비생활 단원을 이수한 중학교 1학년 소비생활 단원에 대한 학습효과의 차이를 알아보기 위해 t-test를 실시한 결과는 Table 8과 같다. 소비생활 단원에 대한 학습효과는 '수업 후 제품 구입 시 가격만큼 효용이 있는지 생각하고 선택하게 되었다.', '수업 후 가격이 맞으면 제품을 선택한다.', '수업 후 예산한 금액으로 구입하려고 노력한다.'에서 유의한 차이를 나타내었다. 즉, 3학년은 1학년보다 제품 구입시 가격을 고려하여 선택하는 것을 볼 수 있는데 이는 학년이 높을수록 자신이 직접 제품을 구매하는 빈도가 높아져 돈의 필요성을 인식하게 되는 것으로 볼 수 있다. 따라서 제7차 교육과정 학습자와 제7차 개정 교육과정 학습자의 소비생활 단원에 대한 학습효과에서 차이를 나타내기 보다는 학습자가 단위 수업을 통해 획득한 지식 이외의 학년에 따른 지식의 폭과 경험에 의한 차이로 보는 것이 적합할 것으로 사료된다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 청소년들의 수업과 관련하여 자신이 결과를 얻는데 수업 내용을 성공적으로 수행할 수 있다는 기대나 할 수 있다는 능력을 파악하는데 중요한 변인이 될 수 있는 자기효능감과 소비의 주체로서 구매와 관련하여 소비행동을 파악하였고, 수업 후 소비생활 단원에 대한 학습효과를 알아보았다.

첫째, 청소년들의 자기효능감은 과제수행능력, 합리적 수행, 두려움, 불안감, 도전성으로 나타났으며, 주어진 상황을 얼마나 잘 처리할 수 있느냐에 따른 수행능력 정도에 대한 기대를 의미하는 자기효능감의 평균에서, 과제수행능력이 높게 나타나 중학생들은 위험하거나 어려운 상황을 대처할 수 있는 능력이 있음을 알 수 있었다. 또한 소비행동은 제품 표시중시, 정보중시, 유행중시, 외형중시, 제품/정보교환으로 나타났으며, 소비행동의 평균에서, 정보중시와 유행중시

Table 8.
Learning effects of the unit 'Consumption Life' depending on the grade level

Learning effects of the unit 'Consumption Life' variables	Grade level	M (SD)	t-test
After attending the class, I try to choose products with proper price.	1st (N = 169)	3.46 (.93)	- 3.37***
	3rd (N = 201)	3.77 (.82)	
After attending the class, I have come to choose a products regarding the utility and comparing the price.	1st (N = 169)	3.44 (.93)	- 3.96***
	3rd (N = 201)	3.81 (.84)	
After attending the class, I have come to try to buy things within the budget.	1st (N = 169)	3.51 (.93)	- 2.80**
	3rd (N = 201)	3.77 (.80)	
After attending the class, I do not buy unnecessary things even though they are desired.	1st (N = 169)	3.28 (1.04)	.15
	3rd (N = 201)	3.27 (.96)	
After attending the class, I try to be a wise consumer.	1st (N = 169)	3.27 (1.00)	.95
	3rd (N = 201)	3.17 (.95)	
After attending the class, I can understand the decision making process of consumers.	1st (N = 169)	3.30 (.88)	.52
	3rd (N = 201)	3.25 (.86)	
After attending the class, I have come to use durable rather than disposable things.	1st (N = 169)	3.59 (.95)	- .63
	3rd (N = 201)	3.65 (.88)	

p < .01, *p < .001

에서 높았다.

둘째, 기술·가정 교과와 소비생활 단원에 대한 중학생의 소비특성, 구매의사결정과정의 학습효과를 요인분석 한 결과 경제적 소비, 합리적 소비로 나타났다. 기술·가정 교과와 소비생활 단원에 대한 학습효과에서 가격적인 측면과 관련된 문항은 평균이 높았지만 수업 후 소비자 구매의사결정 과정을 이해할 수 있고, 현명한 소비자가 되려고 노력한다는 문항은 평균 점수가 낮게 나타났다. 이는 구매의사결정과정 단계에서 자신이 적극적으로 처리할 수 있는 부분과 생략을 하거나 타인에 의해 해결이 되면 현명한 소비를 하려는 의지가 약해지므로 수업 시간에 배운 내용의 학습효과가 낮아지는 것에 따른 차이로 볼 수 있다. 따라서 자신이 구매의사결정에서 문제를 해결하는 과정을 통해 학습이 이루어지도록 하고 교수자는 학습자의 지식, 경험을 토대로 앞으로의 문제를 제시하여 스스로 문제를 해결하는 과정에서 수행 능력을 높일 수 있는 수업이 이루어지도록 한다.

셋째, 청소년의 자기효능감이 소비행동과 소비생활 단원에 대한 학습효과에 미치는 영향을 알아본 결과, 소비행동의 제품표시중시는 자기효능감의 합리적 수행, 두려움, 과제수행능력에서 유의적 영향을 나타내어, 자기효능감의 합리적 수행, 두려움, 과제수행능력이 높을수록 소비행동의 제품표시중시에서 높았다. 즉, 주변을 의식하며 친구보다 더 나은 자신을 만들려는 의지가 높은 청소년들은 계획적 구매를 하고, 구매시 품질보증서, 식품첨가물 등을 확인하여 안정된 제품을 선택하는 경향을 보였다. 소비행동의 정보중시는 자기효능감의 불안감에서 유의적 영향을 나타내어, 큰 문제가 생기면 불안해져서 아무 것도 할 수 없으며 당황스러워하는 청소년들은 인터넷사이트에서 정보를 탐색하거나 사용자 후기를 읽어 보고 대안을 선택하는 경향을 보였다. 소비행동의 유행중시는 자기효능감의 합리적 수행, 과제수행능력에서 유의적 영향을 주었다. 소비생활의 외형중시는 자기효능감의 불안감, 합리적 수행에서 유의적 영향을 나타내어, 어려운 일에 직면하였을 때 당황하고 불안해하는 경향이 높은 청소년들은 친구보다 독특한 제품을 선택하거나 품질보다는 브랜드를 중요하게 여기는 소비행동을 보였다. 소비생활의 제품/정보교환은 자기효능감의 두려움, 과제수행능력과 불안감(-)에서 유의적인 영향을 나타내어, 친구로부터 소외감이나 열등감을 가진 청소년은 자신이 가진 정보를 공유하고 싸게 파는 매장을 같이 방문하여 긍정적인 상황으로 바꾸려는 의지가 높음을 알 수 있었다. 또한 소비생활 내용 영역의 경제적 소비에서는 자기효능감의 과제수행능력, 합리적 수행, 도전성(-)에서 유의적 영향을 나타내어, 자기효능감의 합리적 수행과 과제수행능력이 높을수록, 도전성은 낮을수록, 소비생활 영역의 경제적 소비에서 높았다. 이는 신제품

은 가격이 높아서 가격만큼의 효용적 가치를 측정하기에는 위험이 따르므로 도전적 소비행동보다는 다양한 정보를 이용하여 자신이 획득하고자 하는 제품을 수행하여 얻고자 하는 청소년들이었다. 소비생활 내용 영역의 합리적 소비는 자기효능감의 합리적 수행과 과제수행능력에서 유의적 영향을 주었다. 즉, 소비생활 단원에서 배운 내용을 실천하려는 의도가 높은 청소년들은 정보를 활용하고 일을 계획적으로 수행하는 경향을 보였다.

넷째, 학년에 따른 자기효능감의 합리적 수행, 도전성에서 차이를 보였고, 소비행동의 제품표시중시, 정보중시, 유행중시에서 차이를 보였다. 1학년은 소비행동의 제품표시중시에서 높았고, 3학년은 소비행동의 정보중시와 유행중시에서 높았다. 제7차 교육과정 중2 기술·가정의 소비생활 단원을 이수한 중학교 3학년과 제7차 개정 교육과정 중1 기술·가정의 소비생활 단원을 이수한 중학교 1학년의 소비생활 단원 내용에서, 3학년은 1학년보다 제품 구입시 가격을 고려하여 선택하였는데 이는 소비행동에서 학년이 높을수록 돈의 가치를 중요하게 여기는 것을 알 수 있었다.

따라서 제7차 교육과정과 제7차 개정교육과정이 중학교에서 3학년과 1학년 각각 다른 교육과정의 교과서를 사용하였지만 내용적인 측면에서 뚜렷한 차이를 나타내지는 않은 것으로 보여진다. 또한 소비생활의 영역은 광범위하므로 배운 수업의 내용으로 수업 활용을 설명하기에는 충분하지 않은 것으로 여겨지므로 앞으로 소비생활 단원의 수업효과를 파악하기 위해서는 교수학습방법을 연구할 필요가 있을 것으로 사료된다.

본 연구에서 얻어진 결과를 통해 다음과 같이 제언하고자 한다.

첫째, 실패한 경험이나 제품에 대한 믿음이 부족한 청소년들에게는 제품에 대한 지식을 인지시키고 다양한 정보 매체를 통해 제품의 신뢰성을 가질 수 있도록 상품 구매에 필요한 소비자 정보를 교육시킨다. 교사는 수업 후 구매할 제품을 선정하여 인터넷에서 상품 속성, 가격, 브랜드 인지도를 비교하는 것을 활동 과제로 제시한다.

둘째, 유행하는 제품에 관심이 높은 청소년들에게는 충동구매의 빈도가 높아져 과소비를 초래할 수 있다. 이들에게 제품이 왜 필요한지, 어떤 목적으로 사용할 것인지 등의 효용적 측면을 고려하여 바람직한 소비를 위한 대안을 제시하고, 자신의 소비생활을 돌아보게 하여 좋지 못한 소비생활을 개선시켜 바람직한 소비생활을 할 수 있도록 소비자 교육을 한다. 즉, 교사는 수업 통해 학생들에게 왜 그런 행동을 하게 되었는지, 그런 행동으로 인해 나 아닌 가족이나 친구에게 어떤 영향을 미치는지, 미래 소비행동에서 발생할 수 있는 것은 무엇인지를 작성한 후, 친구들과 나누어 자신의 소비행

동을 인지시켜 미래 현명한 소비를 할 수 있도록 한다. 이로 인해 청소년들은 구매할 제품을 계획하여 일을 조직적으로 처리하므로 자신감이 높아져 학습 수행능력이 더욱 높아질 것이다.

셋째, 구매의사결정과정을 실천적문제중심 수업으로 진행할 때 더욱 효과적인 수업이 되기 위해서는 학생들에게 수업시간에 직접 체험할 수 있는 활동 과제를 제시한다. 즉, 자신의 구매 경험을 이야기하여 나눠주고 앞으로 구매할 목록을 작성하게 한다. 그리고 제품에 대한 정보를 인터넷이나 주변의 경험을 통해 조사를 한 후 구매 장소를 선택하고 지불 방법으로 체크카드, 신용카드, 현금카드 등을 선택하게 한다. 구매 후 결과 평가를 하여 자신의 소비행동의 문제점을 토론하여 방안을 찾아서 합리적인 소비활동을 이룰 수 있는 수업 지도가 필요하다.

References

1. Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavior change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
2. Choi, Y. H., Oh, C. G., Lee, E. S., Lee, J. W., Chun, H. J., Ryu, S. H., et al. (2009). *Technology · home economics Textbook 1*. Seoul: Chunjae Education.
3. Chun, S. B., Lee, C. J., Lee, C. H., Gu, B. I., Lee, H. J., Mo, T. H., et al. (2009). *Technology · home economics Textbook 1*. Seoul: Kyohak Publishing.
4. Chun, S. B., Lee, S. B., Lee, J. S., Lee, C. J., Lee, H. J., Na, H. J., et al. (2001). *Technology · home economics Textbook 2*. Seoul: Kyohak Publishing.
5. Jang, Y. O., & Kim, S. H. (2006). Development and application of practical problem-based home economics instruction for 'The life of consuming' unit. *Secondary Education Research*, 54(3), 115-144.
6. Kim, N. Y., & Rhee, K. C. (2001). A study on the adolescent consumers' behavior conformity in brand Choice-Focused on casual wear. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 39(12), 253-269.
7. Kwon, Y. C., Kim, C. G., & Lee, S. H. (2010). *Youth Culture*. Gyeonggi: Knowledge Community.
8. Lee, H. S., & Keum, E. J. (2004). The effects of problem-based learning in home economics on self-efficacy: Focused on family relations area. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 16(2), 27-36.
9. Lee, J. Y., & Lee, C. S. (2002). Family factors influencing on adolescents' on self-efficacy. *Journal of Korean Home Management Association*, 20(6), 1-9.
10. Lee, S. H., Kim, J. S., Kim, J. B., Cho, S. H., Lee, Y. S., Cho, J. S., et al. (2009). *Technology · home economics Textbook 1*. Seoul: Mirae N Co.
11. Lee, S. H., Lee, Y. S., Kim, S. S., Kim, J. S., Sunh, C., Lee, K. H., et al. (2001). *Technology · home economics Textbook 2*. Seoul: Doosan.
12. Mo, T. H. (2009). Teaching-learning strategies of 'The life of consuming' unit. Korean Home Economics Education Association, Conference Presentation, Seoul, Korea.
13. Park, E. H. (2009). *A study on the ambivalence of fashion product consumers*. Unpublished doctoral dissertation, Kyungpook National University, Daegu, Korea.
14. Park, E. H., & Ku, Y. S. (2008). Consumption value according to college students' self-efficacy typology. *Korean Journal of Human Ecology*, 17(4), 927-938.
15. Policy Research Hearings of Korean Home Economics Education Association. (2008). *Development of Teachers Requirement Criteria of Home Economics Subjects and Research for Evaluation Detailed and Teaching Ability Evaluation*. Seoul: Korea Institute of Curriculum and Evaluation.
16. Song, H. K., Lee, Y. H., Kim, Y. I., Ryu, C. S., Park, J. S., Jung, Y., et al. (2001). *Technology · home economics Textbook 2*. Seoul: Mirae N Co.
17. Yoo, H. S. (2009). A study on the effects of teenagers' consumer behavior characteristics on brand image and brand loyalty. *Research Center for Korean Youth Culture*, 22, 40-70.

접 수 일 : 2012년	3월	28일
심사시작일 : 2012년	6월	8일
게재확정일 : 2012년	8월	5일