

아동소비자의 소비자정보 이용 현황과 활용 방안

김 정 희*(안동대학교 생활과학대학 가정관리학과 교수)

김 미 경 (안동대학교 교육대학원 석사과정)

본 연구는 아동이 제품 구매 시 소비자정보를 어떻게 활용하고 있으며 그 만족 수준은 어떠한지를 조사·분석하여 향후 아동 소비자의 바람직한 구매 행동에 도움이 되는 정보의 종류와 제공 방법을 모색해 보고자 하였다.

아동소비자의 구매력이 점차 증대됨에 따라 미래의 주역으로서 체계적으로 정보와 지식을 쌓고 정보에 대한 개념을 정립하지 않는다면 사회적응력을 갖추지 못하여 주체적인 소비자로서의 역할을 감당하기 어렵기 때문에 아동소비자에 대한 정보 활용 교육은 소비자교육의 일환으로서 매우 중요하다고 할 수 있다.

연구방법으로는 경북 영주시에 거주하는 초등학교 6학년 남녀 학생을 대상으로 설문조사를 하였으며 376부의 설문지가 최종 분석자료로 이용되었다. 표집된 자료는 SPSS Win 10.0 program을 이용하여 빈도분석과 교차분석을 실시하였다.

연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 한달 용돈 액수는 평균 19,000원이었으며 10,000원 이상 15,000원 미만인 32.4%로 가장 많았고 한달 용돈 지출액은 평균 14,000원으로 10,000원 미만이 35.4%로 가장 높았다.

둘째, 고관여 상품 구입 시 정보원천 이용현황은 부모(48.2%), 친구(13.7%), 인터넷(10.8%), 점포 내 진열(9.6%) 등의 순으로 나타났으며 만족도는 부모, 점포 내 진열, 인터넷, 친구의 순으로 부모가 정보원천이었을 때 만족도가 가장 높았다.

셋째, 저관여 상품의 경우 친구(21.8%), 부모(19.9%), 사용 경험(19.6%), 점포 내 진열(15.7%)의 순으로 정보를 이용하였으며 만족도는 부모, 사용 경험, 점포 내 진열, 친구의 순으로 나타나 정보원천으로 많이 활용하여도 만족 수준은 낮은 결과를 보여 주었다.

넷째, 고관여 상품의 경우 성별에 따라 정보원천 이용에 있어 통계적으로 유의한 차이가 있었다($p < .001$).

이상의 결과를 통해서 아동소비자들은 제품 구입 시 정보원천으로서 부모의 영향을 많이 받고 있으며 만족도 또한 높다는 것을 알 수 있었다. 이는 아동기의 소비자교육은 가정에서 주로 이루어져야 한다는 사실을 뒷받침해 주고 있으며 자녀의 소비자사회화에 대한 부모의 역할의 중요성을 확인할 수 있게 한다. 또한 인터넷을 이용하는 비율도 상당히 높으므로 부모가 자녀와 함께 인터넷을 통한 정보 활용법을 모색해 보는 것도 필요하다.