

이 숙 재 교수지도
석사학위 청구논문

바자회 프로젝트 활동이
유아 경제개념 발달 및 소비자 행동에
미치는 영향

2008

성신여자대학교 교육대학원
교육학과 유아교육전공
윤 정 심

바자회 프로젝트 활동이
유아 경제개념 발달 및 소비자 행동에
미치는 영향

이 숙 재 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2007년 11월

성신여자대학교 교육대학원

교육학과 유아교육전공

윤 정 심

인 준 서

윤정심의 석사학위 논문으로 인준함.

심사위원 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

성신여자대학교 교육대학원

논문 개요

본 연구는 바자회 프로젝트 활동이 유아 경제개념 발달 및 소비자 행동에 미치는 영향을 알아보고 이를 통하여 유아교육 현장의 실천적인 경제교육활동에 도움을 주고자 하는 것이다.

이와 같은 연구 목적을 위하여 다음과 같은 연구문제가 설정되었다.

1. 바자회 프로젝트 활동이 유아 경제개념 발달에 미치는 영향은 어떠한가?
2. 바자회 프로젝트 활동이 유아의 소비자 행동에 미치는 영향은 어떠한가?

본 연구는 서울시 노원구에 위치한 Y 유치원 만 5세반 두 학급의 유아 66명(실험 집단 33명, 통제 집단 33명)을 대상으로 하였다. 실험은 2007년 10월 8일부터 2007년 11월 7일까지 약 5주간 진행되었다.

실험기간동안 실험 집단은 바자회 프로젝트 활동을 하였고, 통제 집단은 생활 주제에 따라 '세계 여러 나라'와 '가을'을 주제로 수업이 이루어졌다.

유아의 경제 개념을 알아보기 위해 사용한 경제기본개념 검사도구는 이숙재·이방실(2002)이 번역한 Laney(1995)의 연구도구를 사용하였으며, 유아의 소비자 행동을 알아보기 위한 소비자 행동 검사도구는 변길희(2006)가 제작한 연구도구를 사용하였다.

본 연구에서 수집된 자료의 분석은 SPSS 프로그램을 사용하여 사전 검사 점수를 공변인으로 한 공분산분석(ANCOVA)을 실시하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 바자회 프로젝트 활동이 실험 집단 유아들의 경제 개념발달을 증진시켰다. 경제 기본개념의 하위 영역에서는 희소성, 화폐가치, 교환, 기회비용, 재화와 용역, 자원과 생산, 보충과 대안의 개념발달이 증진되었다.

둘째, 바자회 프로젝트 활동이 실험 집단 유아들의 소비자 행동 발달을 증진시켰다. 소비자 행동의 하위 영역에서는 소비 가치관, 자원 관리행동, 합리적 구매행동, 소비자 시민의식 발달이 증진되었다.

목 차

논문개요

I. 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구 문제	4
3. 용어의 정의	5
II. 이론적 배경	6
1. 유아 경제개념	6
2. 유아 소비자 행동	19
3. 프로젝트 접근법	22
III. 연구방법	27
1. 연구대상	27
2. 연구도구	27
3. 연구절차	29
4. 자료처리 및 분석	33
IV. 결과 및 해석	34
1. 바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제발달 개념에 미치는 영향	34
2. 바자회 프로젝트 활동이 유아의 소비자 행동에 미치는 영향	38
V. 논의 및 결론	42

1. 논 의	42
2. 결론 및 제언	47

참 고 문 헌

ABSTRACT

부 록

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

오늘날 경제교육의 필요성과 중요성은 과거 그 어느 때와 비교할 수 없을 정도로 커졌다. 현대인은 매일 급변하는 국내외 경제 환경과 국경을 초월한 무한 경쟁 속에서 살아가고 있기 때문이다. 여기에 정보화와 IT의 발전이라는 요인이 결합되어 사람들이 이용할 수 있는 상품은 더욱 다양해졌으며 매스미디어를 통한 무차별적인 광고는 소비자들의 소비를 자극하고 있다.

소비자들에게는 상품의 다양화로 인해 선택의 폭이 확대되었다는 것이 좋은 소식이지만 동시에 의사 결정을 합리적으로 할 수 있는 경제적 지식을 보유하고 있지 못한 사람들에게 있어서는 위험한 일이다. 때때로 신문 기사를 통해 무분별한 카드 사용으로 신용불량자가 되어 자살하고 가정이 파괴되는 사건들을 접하게 되는데 바로 경제지식의 부재에서 오는 단적인 예라고 할 수 있다.

우리나라의 신용불량자 수는 신용회복위원회의 자료에 의하면 2006년 기준으로 약 400만명으로 추산된다. 정상적인 경제생활을 영위하기 어려운 신용불량자가 전체 경제활동인구의 15%를 차지한다는 점에서 대단히 심각한 문제라고 할 수 있다. 더욱이 최근에는 신용불량자의 연령대가 점점 낮아져 10대 신용불량자가 생겨나고 있다. 은행연합회에 따르면 2007년 10월 말 현재 10대 신용불량자 수가 약 7천 8백여 명이고 이 가운데 89%인 약 7천명은 신용카드 대금을 갚지 못한 신용불량자로 추정되고 있다(은행연합회, 2007).

미국에서도 1990년대부터 20대 이하의 개인 파산자의 수가 급증하면서 신용카드 부채로 대학생들이 목숨을 끊는 사건들이 발생하였다. 결정적으로

1997년 미국 금융전문기관인 JumpStart가 미국의 12학년을 대상으로 금융 지식 수준을 조사하였는데 그 결과 금융지식이 낮게 나타나게 되었다. 이에 미국은 사회적인 경각심을 갖고 자국을 경제문맹(economic illiteracy)국가로 지칭하며 즉각적인 조치를 취하였다. 먼저 미 의회는 ‘조기 금융교육법안 (Youth Financial Education Act)’등 관련 법률 제정을 통해 유치원 및 초·중등학교 학생들을 위한 경제 교육 프로그램을 개발하는데 필요한 지원을 제공하였다. 또한 2002년 6월 미국 정부의 정식 기구 중 하나로 ‘금융교육실 (Office of Financial Education)’을 신설 하는 등 경제 문맹 퇴치를 위한 국가적인 노력을 계속하고 있다(동아일보, 2005. 10. 4일자).

우리 정부 역시 조기 경제교육의 필요성을 인식하여 금융 감독원이 ‘소비자 교육실’을 신설하고, 재정경제부에서는 어린이 경제교육 홈페이지를 개설하는 등 조기경제교육을 지원하고 있다. 또한 금융 기관을 중심으로 어린이 경제 캠프가 운영되고 있으며, 어린이 경제교육에 관련된 많은 서적이 출간 되고 어린이 경제 신문이 발간되는 등 여러 프로그램들이 생겨나고 있다.

그러나 현재 우리나라에서 이루어지고 있는 어린이 경제교육프로그램이 경제개념을 가르치는 교육, 돈 버는 요령과 투자의 생리를 가르치는 교육, 부자 만드는 교육이 중심이 되어 유아에게 적합하고 바람직한 경제교육이 이루어지지 못하고 있는 실정이다(김정숙, 2005).

유아에게 적합한 경제교육은 유아가 일상생활을 통해 경제생활에 관심과 흥미를 갖고, 기본적인 경제 개념과 지식을 토대로 합리적인 경제적 가치와 태도를 형성하도록 돕는 교육이다. 따라서 경제 지식의 습득뿐 아니라 효율적인 사고 능력의 배양, 그리고 바람직한 경제생활을 위한 가치와 태도 형성이 내포되어 있어야 한다(이숙재외, 2006). 또한 유아경제교육의 방법으로는 단편적인 개념이나 지식의 암기를 위주로 한 지식 교육의 틀을 벗어나 실제 경험을 통한 생활교육으로 이루어져야 하며 놀이 중심, 활동 중심의

교수법, 통합적 교수법으로 지도할 때 교육적 효율성이 높다(이숙재, 2004).

이런 점에서 유아의 흥미와 관심을 토대로 유아와 교사가 함께 주제를 선정하고 다양한 놀이를 통해 통합적으로 활동하면서 개념을 형성하는 프로젝트 접근법이 유아 경제 교육을 위한 교수 학습 방법으로 제안된다. 여러 학자들도 프로젝트 접근법을 유아경제 교육을 위한 교수 학습 방법으로 제안하고 있다. 허신행(1995)은 경제교육에 있어서 프로젝트 접근법을 활용한 교육프로그램은 실천적 학습활동으로서 학습자의 생활능력을 배양하는데 유용하게 쓰일 수 있다고 하였다. 또한 이화영(2001)은 유아들의 흥미를 중심으로 직접 경험과 반성적 사고를 해봄으로써, 주제에 대해 깊이 있게 조사하고 탐구하는 교육 활동인 프로젝트 접근법이 바람직한 경제교육 교수 학습방법이라고 하였다. 김덕순(2004)도 유아교육 현장에서 적용될 수 있는 경제교육 교수 학습 방법으로 10가지를 제시하였는데 그 중 ‘프로젝트 활동’을 통한 경제교육 교수학습 방법을 바람직한 교수 방법으로 제안하였다.

현재 유아경제교육의 교수학습방법과 관련된 선행 연구로는 창의적 극놀이를 통한 연구(이숙재외, 2004), 경제동화를 통한 연구(이세원, 2006; 김혜영, 2002; 이명옥, 2001), 유아의 토의활동을 통한 연구(이영미, 2006; 조은숙, 2006), 시장놀이를 통한 연구(이영자, 2001)등이다. 경제교육과 관련된 프로젝트활동에 대한 선행연구는 만 4세를 대상으로 하여 슈퍼마켓 프로젝트를 실시한 후 유아의 경제개념 형성을 검사한 이화영(2001)의 연구로 프로젝트 접근법을 통한 경제교육의 연구가 매우 부족한 실정이다.

이화영(2001)의 연구에서는 Katz 와 Chard(1989)의 장보기 프로젝트접근법을 우리나라 실정에 맞게 적용한 연구로서 유아들은 슈퍼마켓에 대해 조사하면서 소비자· 판매자의 역할을 경험하게 된다. 그러나 경제활동이 재화나 용역의 생산과 소비, 분배하는 활동이며 인간은 일상의 생활 속에서 소비자인 동시에 생산자로서 수많은 경제 문제에 직면하게 되므로(이태근,1988) 소비자로서의 역할 뿐 아니라 생산자로서의 역할도 경제교육에

포함되어야 한다. 실제로 Melendez의(2000)는 유아에게 화폐를 벌어보는 경험이 제공되어질 때 경제개념이 명확하게 형성된다고 하였고, Seefeldt(1984)는 경제원리들 중에서 교육과 관련된 중요한 경제 개념으로 생산자와 소비자의 개념을 소개하고 있다.

현재 경제학자들은 현장에서 실천할 수 있는 유아경제교육 교수방법으로 바자회를 통한 체험학습(김덕순, 2004; 박철, 2002)과 벼룩시장(이기숙, 1998)을 제시하고 있으나 아직 유아교육현장에서 이에 대한 연구가 이루어지지 않았다.

따라서 본 연구에서는 유아들이 생산, 소비, 분배의 경제활동을 경험할 수 있는 바자회 프로젝트 활동을 고안하고, 본 활동이 유아의 경제 개념과 소비자 행동에 미치는 영향을 연구하여 유아교육현장의 실천적인 경제교육활동을 제공하는데 본 연구의 목적이 있다.

2. 연구문제

본 연구는 바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념발달 및 소비자행동에 미치는 영향을 알아보고 이를 통하여 유아교육현장에 실천적인 경제 교육활동에 도움을 주고자 하는데 목적이 있다.

이와 같은 목적에 따라 설정된 연구문제는 다음과 같다.

1. 바자회 프로젝트 활동이 유아 경제개념 발달에 미치는 영향은 어떠한가?
2. 바자회 프로젝트 활동이 유아의 소비자 행동에 미치는 영향은 어떠한가?

3. 용어의 정리

1) 유아 경제개념

유아 경제개념은 유아에게 경제활동과 관련된 세계에 대한 이해를 증진시켜주며 논리적이고 합리적인 사고를 통하여 보다 효율적인 의사결정을 하도록 돕는 것으로, 본 연구에서는 Laney(1995)의 견해에 따라 희소성, 화폐가치, 교환가치, 기회비용, 자원과 생산, 재화와 용역, 보충과 대안의 7가지 하위 요인으로 경제 개념을 규정한다.

2) 소비자 행동

소비자 행동이란 소비자로서의 역할을 인식하고 그 역할을 수행하는 능력으로 재화와 용역을 구매하는 제한된 활동에서 더 나아가 사용자 및 처분자로서 사회와 상호 작용하는 역할까지 포함하는 일련의 활동이다. 본 연구에서는 소비자 행동의 하위 영역으로 소비 가치관, 자원 관리 행동, 합리적 구매행동, 소비자 시민의식으로 나눈다.

3) 바자회 프로젝트 활동

바자회 프로젝트 활동이란 ‘바자회’주제를 중심으로 유아들의 관심과 흥미에 따라 통합적으로 바자회를 준비하고, 개최하며, 마무리하는 모든 과정을 의미한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 유아 경제개념

1) 유아 경제개념의 정의 및 중요성

경제란 우리의 삶에 필요한 재화와 서비스를 생산·분배·소비하는 모든 활동 및 과정을 뜻하며 이를 통해 발생하는 모든 사회적 관계를 말한다. 그런데 현실세계에서는 이러한 과정에서 재화와 서비스를 누가 얼마나 생산하여, 어떻게 분배하고, 언제 소비 하는가 하는 문제가 일어난다. 즉 경제문제가 발생하는데 그 이유는 모든 사람이 만족할 만큼 재화나 서비스를 생산해 내기에 자원이 상대적으로 부족하기 때문이다. 따라서 누구나 경제활동 속에서 선택의 문제에 직면하게 되며 경제 개념은 바로 이러한 여러 가지 경제문제를 해결하는 출발점이라 볼 수 있다(한희경, 1999).

경제문제를 해결하는 출발점인 경제개념은 유아에게 경제활동과 관련된 다양한 지식에 대한 이해를 증진시켜 줄 수 있다는 점에서 중요성을 갖는다. 만약 경제개념에 대한 이해가 없다면 유아가 실생활과 관련된 경제 현상을 바르게 이해할 수 없으며 생활 속에서의 발생하는 경제문제를 합리적으로 대처해 나갈 수 없을 것이다(이재정, 1999). 또한 경제개념은 다른 많은 개념보다 발달이 더 지연되는 경향이 있기 때문에(Hurlock, 1972; 이숙재 외, 2002, 재인용) 유아기부터 적절한 경제개념을 선정하여 유아들이 실생활에서 직면한 경제문제를 합리적으로 대처할 수 있도록 교육하여야 한다.

유아기에 다루어져야 할 경제개념에 대해서는 학자에 따라 다소 차이가 있으나 Saunders와 Bach, Calderwood, Hansen(1977)은 희소성, 선택, 기회비용, 화폐가치, 가격과 교환의 개념을 제시하였고, Schug와 Birkey(1983)는

경제적 욕구, 제한 수입, 기회비용, 자유로운 교환, 화폐, 가격, 제도의 개념을 제시하였다. Meszaros & Engstrom(1988)는 유치원 아이들이 알아야 할 경제 개념으로 첫째, 사람들은 원하는 모든 것을 가지고 있을 수 있는 것이 아니기 때문에 선택을 해야 하는 것, 둘째, 경제적 욕구는 상품 소비, 서비스, 여가 활동 등에 의해서 만족할 수 있는 것, 셋째, 상품은 사람들을 만족시킬 수 있는 객체라는 것, 넷째, 서비스는 사람들의 욕망을 만족시킬 수 있는 동작이라는 것을 제시하였다. 또한 Laney(1995)는 희소성, 기회비용, 화폐·교환 가치, 자원과 생산, 재화와 용역, 보충과 대안을 제시하였다.

본 연구에서는 유아의 경제개념을 Laney(1995)의 경제 개념인 희소성, 화폐가치, 교환가치, 기회비용, 자원과 생산, 재화와 용역, 보충과 대안으로 정한다.

2) 유아 경제개념의 발달 및 특징

경제개념은 유아에게 경제활동과 관련된 세계에 대한 이해를 증진시켜주며 논리적이고 합리적인 사고를 통하여 보다 효율적인 의사결정을 하도록 돕는다(Armento, 1991). 어린시기부터 유아들은 부모들의 경제활동을 지켜보며 물건을 함께 사기도 하며 금융 기관등의 경제 체제에 접하게 됨으로써 경제개념을 이해하게 된다.

경제개념은 일정한 단계를 거치면서 발달하게 되는데, 경제개념의 발달단계를 최초로 분류한 사람은 Strauss(1952)이다. Strauss는 4·8-11·6세에 걸친 상업(business)계층의 아동 66명을 대상으로 한 연구를 통해 아동의 화폐에 대한 이해과정을 화폐의 가치에 대해 전혀 인식하지 못하는 전 단계에서부터 화폐가 개인적 이윤 추구뿐만 아니라 사회적 공공복지를 위해 사용됨을 이해하는 9단계까지로 나누었다.

Burris(1983)는 Piaget의 인지발달 단계에 따라 각 단계에 해당하는 연령

의 아동 96명을 대상으로 6개(상품, 가치, 교환, 재산, 일, 수입)에 대해 면접하였다. 그 결과 전혀 인식하지 못하는 1단계, 두 체계를 독립적으로 이해하는 2단계, 관련성 있게 이해하는 3단계로 범주화하였다.

Kohlberg(1969)역시 Piaget의 인지 발달 단계에 의해 유아의 돈에 대한 인식을 설명하였다(이명옥, 2001, 재인용). 전 개념적 단계(3-4세)의 유아에게는 돈이 물건과는 다른 가치를 상징함으로써 인식되지 않으며, 돈이 교환 수단으로 사용됨을 이해하지 못한다. 과도기(4-5세)의 유아는 물건을 구입할 때 돈이 필요하다는 것을 인식하지만 돈이 경제적 가치를 지니고 있음을 인식하지는 못한다. 구체적 조작기(6-8세)의 유아는 상품을 구입할 때 돈이 상품과 바꿀 수 있는 동등한 교환가치를 지니는 것으로 인식한다.

이상의 연구는 Piaget의 인지적 사고의 발달 단계와 같이 경제 개념도 일정한 시기에 이르러 이루어지며, 어린 유아들은 제한적 사고능력의 영향으로 개념 및 이론 구성에 한계가 있으므로, 사고 구조가 갖추어졌을 때 개념 형성이 구성된다는 관점을 갖고 있다.

그러나 Danziger(1958)은 경제 개념의 발달은 생물학적 성숙의 결과이기도 하지만 일정한 단계를 거쳐가는 것이 아닌 다른 경로, 단계를 거친다고 보면서 경험의 중요성을 제시하여 사회적 환경 변인을 고려하도록 하였다. Sutton(1962)역시 유아들이 이미 경험한바 있는 경제 개념에 대해서는 이해도가 높게 나타났다고 하며 연령, 지능, 사회경제적 배경과 같은 변인이 아동의 경제개념 이해에 차이를 가져오지 않았으며, 경험과 같은 외부의 자극이 경제개념 발달 이해에 중요하다고 주장하였다(이재정, 1999, 재인용).

즉 경제개념은 일정한 발달단계를 가지고 있지만 사회경제적인 요인, 생물학적인 요인, 학습, 경험등에 의한 영향을 받고 있다(손희정, 2006). 따라서 유아는 발달 특성상 가정이나 또래 집단을 통해 경제 개념을 모델링하므로 바람직한 경제 활동을 위해 부모, 교사와 같은 성인과 또래 관계에 적극적으로 참여시킨다. 또한 극놀이, 경제동화, 프로젝트 활동 등 다양한 경제

교육활동을 통한 직접 경험은 유아의 경제개념형성 발달을 증진시킬 것이다 (김혜영, 2002; 이숙재외, 2002; 엄계임, 2003; 김덕순, 2004).

다음은 본 연구에서 사용된 Laney(1995)의 경제 개념인 희소성, 화폐가치, 교환가치, 기회비용, 자원과 생산, 재화와 용역, 보충과 대안에 대한 개념의 발달적 특징을 정리한 것이다.

(1) 희소성(Scarcity)

희소성은 사회 구성원들의 욕망에 비하여 그 욕망을 충족시켜 줄 수단인 자원이 질적인 면이나 양적인 면에서 상대적으로 부족한 현상을 말한다. 즉 우리가 원하는 재화와 서비스를 모두 가질 수 없는 상태를 말하며, 경제의 가장 기본적인 문제이자 경제학의 존재이유이다. 경제학은 희소한 경제적 자원을 최선의 방법으로 활용하는 길을 선택하는 데에 그 출발점을 두고 있다(이태근, 1988; 한지수, 2003).

국내외 연구에 의하면 유아들이 희소성에 대한 개념은 연령에 관계없이 어려움을 나타내는 반응을 보였으나(이재정, 1999; 이숙재, 2003) 개념에 대한 학습이 이루어진 후에는 개념에 대한 이해가 쉽게 이루어짐(Laney, 1988; 김미현, 1997)을 볼 수 있어 유아에게 적절한 활동을 통해 제시할 때 희소성의 개념을 발달시킬 수 있을 것이다.

(2) 화폐 가치(Monetary Value)

화폐가치는 어떤 상품에 대한 가치를 측정, 비교할 수 있는 통일된 기준 또는 상품 거래의 표준이며 회계의 기본 단위인 화폐의 가치를 의미한다(이숙재외, 2006). 우리 경제생활에서 화폐의 기능을 보면 지불수단으로서의 기능, 교환매체로서의 기능, 가치의 척도로서의 기능, 가치의 저장 수단으로서

의 기능을 담당하고 있다(박형준, 1999). 따라서 화폐는 경제적 활동의 기본이 되며 화폐 가치에 대한 완전한 이해는 추상적인 개념, 예를 들어 신용카드 혹은 이윤의 개념에 대한 기본 전제가 된다 (Lunt & Furnham, 1996; 이재정, 1999).

Schug(1983)는 1,4,9 학년 아동 72명을 대상으로 실제화폐와 놀이용 화폐를 가지고 화폐가치를 비교 설명하도록 한 결과, 다음의 3단계의 반응유형으로 구분하였다. 1단계는 비반사적 경제추론으로 화폐가치를 크기, 색깔, 모양과 같은 물리적 특성 또는 논의되고 있는 과정에 의존하여 반응하고, 자기 중심으로 이해하며, 원인과 결과에 대해 혼돈하는 특징을 지닌다. 2단계는 과도적 경제추론으로 화폐가치를 더 이상 물체의 물리적 특성으로 연관 짓지 않고 기능적인 이해가 가능하여 보다 유연하고 신축적인 반응을 보이나 아직까지는 구체적인 경험에 의한 제한적인 사고를 지닌다. 3단계는 반사적 경제추론으로 추상적인 사고가 가능하며 공동사회와 사회적 관심이 증가하는 사고를 갖게 된다(이재정, 1999).

유아들의 화폐가치개념습득에 대한 연구를 보면, Eisen(1958)은 동전의 가치, 동전과 지폐의 관계 이해 등은 경제교육활동을 통해서 유아들이 더 잘 이해할 수 있게 된다고 하였다. 전선영(1995)의 연구에서도 화폐에 대한 개념의 발달은 외부로부터의 경험이 중요하며 일정한 단계를 통해 진행된다고 하였다. 즉 돈에 대한 개념발달은 일정한 단계를 통해 진행되나, 습득하는 시기는 유아 개개인과 문화권에 따라 서로 다르다는 것이다.

따라서 화폐가치에 대한 유아의 개념은 일정한 단계를 통해 진행되며, 구체적인 교육의 경험이 주어진다면 화폐의 가치와 본질에 대해 이해할 수 있을 것이다.

(3) 교환가치(Exchange Value)

교환가치는 어떠한 상품이 일정 비유로 다른 상품과 교환될 수 있음을 의미하는 것(이숙재, 2006)으로 재화와 용역에 대한 가치를 나타내며 화폐가 가지는 가장 중요한 기능이다(이재정,1999).

Berti와 Bombi(1981)는 3-8세 아동을 대상으로 돈의 사용과 가치에 대한 개념발달을 연구하고자 면접과 가게 놀이를 관찰해 본 결과 다음의 6단계로 구분하였다. 1 단계는 돈을 상품에 대한 교환수단으로써 분명히 인식하지 못하고, 손님의 지불과 거스름돈에 대한 인식이 전혀 없으며, 2 단계는 의무적인 지불을 하고 화폐의 종류에 따른 차이를 인식하지 못하여 모든 종류의 화폐를 똑같이 여겨 무엇이든지 살 수 있다고 생각하고, 3단계는 화폐의 종류에 따른 차이를 인식하여 특정한 종류의 화폐로 모든 것을 살 수 없다는 인식하나 그 이유는 설명하지 못한다. 거스름돈은 경제 외적 이유에 의해 정의되기 시작하는데, 예를 들면 거스름돈은 물건의 가격보다 더 많은 액수의 돈을 지불하였을 때 주는 것이 아니라 소비자가 좀 더 많은 물건을 구입할 수 있도록 하기 위해 지불된다는 것이다. 4단계는 어떤 화폐는 때때로 물건을 사는데 충분하지 못함을 인식하나 여전히 거스름돈의 의미를 인식하지 못한다. 5단계는 수 체계와 1:1 대응을 하여 화폐와 물건 값이 맞지 않으면 물건을 구입할 수 없다고 생각하며, 6단계에 이르게 되어 거스름돈을 완전히 이해하게 된다고 하였다.

그러나 Schug(1983)는 4-5 세쯤이면 화폐를 교환으로 인식하고 연령이 증가할수록 돈의 가치와 거스름돈을 인식하게 되므로 성숙이외에도 외부의 경험이 중요하다고 하였고, 정수미(1990)는 3,4세 유아기 때부터 교환개념 인식이 증가하기 때문에 4세 이후에 구매경험을 자주 하게 되면 더욱 화폐의 교환개념을 쉽게 이해할 수 있다고 보았다.

이상의 연구결과로 볼 때 유아들은 화폐의 교환개념을 인식하지 못하는

수준이지만, 체계적인 경제교육과 구매 경험 등의 경험에 기초한 학습을 통해 교환개념을 쉽게 이해할 수 있다 하겠다.

(4) 기회비용(Opportunity cost)

기회비용은 선택의 상황에서 좋은 가치를 위해 자신이 원하는 것 중 어떤 것이 포기되어지는 것을 말한다. 즉 선택의 문제에 부딪혔을 때 꼭 해야만 하는 것과 그만두거나 다음 기회로 미루어야 할 것을 구분하여 그만 두거나 다음기회로 미루어야 하는 것을 의미한다(Schug, 1986; 여수영, 2004, 재인용).

우리의 욕망은 무한한데 비해 자원은 한정되어 있고, 자원의 희소성으로 인해 선택의 문제에 직면하게 되며 모든 선택에는 기회비용이 발생하게 된다는 것이다. 그러므로 기회비용의 개념은 희소성과 함께 다룰 필요가 있으며, 희소성과 더불어 경제학의 기본이 되는 개념이다(Schug & Birkey, 1983).

기회비용에 대한 개념 보유와 획득에 효과적인 방안에 대한 연구들을 살펴보면, Laney (1989)는 유아 경험의 질적인 차이에 따른 기회비용의 개념 습득을 비교한 결과, 유아들의 실제적 경험이 대리적 경험보다 기회비용의 개념을 증진시켰다고 하였다. 그의 연구에 의하면 기회비용 개념은 구체적인 긍정적인 피드백, 어떤 주제에 대한 유아들의 지속적인 노력과 참여를 인정하고 지원하는 사회적 맥락, 유아간 상호작용, 성인-유아의 상호작용이 제공되는 환경 하에서 개인의 경험에 기초한 학습이 이루어질 때 더 잘 습득된다고 하였다. 또한 경제와 관련된 유아에게 친숙한 딜레마 상황이 제공되어졌을 때가 친숙하지 않은 딜레마 상황의 제공에서 보다 유아의 기회비용의 개념획득 수준이 더 높게 나타났다(손희정, 2006).

따라서 유아는 경험에 기초한 실제적인 경험과 교육을 통해 기회비용의

개념을 습득할 수 있을 것이다.

(5) 자원과 생산 (Resource & Production)

자원은 생산에 바탕이 되는 여러 가지 물자로서 (이숙재, 2006), 재화와 용역을 생산하기 위한 필수 요소가 되며, 생산은 인간 생활에 필요한 물건을 만드는 일을 의미한다.

자원과 생산의 관계를 인식함으로써 기회비용, 이윤과 같은 다른 경제개념과의 관련성도 이해할 수 있게 되는데, 이와 관련된 연구는 다음과 같다.

Berti 와 Bambi(1988)는 생산에 대한 경제적인 사고가 없어 상점주인이 물건을 생산한다고 생각하는 전경제적 단계에 속한다고 하였다. 즉 상점에서 파는 물건이나 화폐를 상점주인이 직접 생산한다고 생각하여 생산에 대한 개념을 이해하지 못하다가, 6-7세가 되어서야 상점주인도 다른 곳에서 생산된 물건을 가져온다는 것을 이해하기 시작한다(Edward, 1986; 이재정, 1999 재인용).

또한 Laney(1995)의 연구에서는 자원과 생산의 개념에 대한 교수방법으로 자원을 나타내는 그림과 생산을 나타내는 그림을 보여준 각각 표하도록 한 결과 자원과 생산에 대한 개념이해가 증진되었다고 한다.

이상의 연구를 종합해 보면 유아는 자원과 생산에 대한 경제적 사고가 없는 전경제적 단계에 속하나 직접 경험을 통해 자원과 생산개념을 습득할 수 있을 것이다.

(6) 재화와 용역(Goods & Service)

재화는 인간의 욕망을 만족시켜주는 물건을 말하며 용역은 물질이 아닌 것으로 인간의 욕망을 만족시켜 주는 행위를 의미한다(이숙재, 2006). 예를

들면 재화는 옷, 음식, 주택, 책, 자동차, 기계 등 사람에게 쓸모가 있는 물건을 말하며, 용역은 교수의 강의, 의사의 진료행위, 음악가의 연주, 지하철의 운송, 도·소매업과 같은 유통활동 등과 같이 물질이 아니지만 사람에게 쓸모 있는 행위로서 무형의 재화라고도 부른다. 재화와 용역의 개념은 일의 가치와 밀접하게 관련되며, 일반적으로 유아는 재화의 개념을 용역의 개념보다 더 빨리 획득한다.

재화와 용역의 개념은 일의 가치와 밀접하게 관련되며, 이와 관련된 연구는 다음과 같다. Burris(1983)는 4-12세 아동 96명을 대상으로 일에 대한 사회적 관계를 연구한 결과, 유치원 시기의 유아들은 재화와 용역에 대한 일의 가치에 있어 대부분 이해하지 못하였다. 즉 유아들은 상점이나 은행은 일을 하지 않고 단지 화폐를 모아두는 장소로 이해했으며, 부모들의 수입이 재화와 용역을 생산하고 나서 받는 화폐란 사실을 거의 이해하지 못하였다.

Laney (1995)의 연구에서는 재화와 용역을 생산하기 위하여 일하고 있는 사람들의 그림들을 보여주고 재화와 용역에 대한 생산 그림을 비교하여 각각 표시하는 교수학습 방법을 사용하여, 재화와 용역에 대한 경제 개념의 이해 정도를 알아본 결과 4집단 (협력 집단, 숙달 집단, 협력-숙달 집단, 통제 집단) 중에서 협력-숙달 집단에서 경제개념의 획득 및 보유가 뛰어났다고 하였다.

따라서 유아들은 재화와 용역의 일의 가치 그리고 일과 화폐의 관계에 대해 이해하지 못하고 있다고 할 수 있다.

(7) 보충과 대안 (Complements & Substitutes)

보충은 모자라는 것을 보태는 의미를 말하며, 대안은 대신하여 쓸 수 있는 대용품을 말한다(변길희, 2006).

Laney(1995)의 연구에서는 보충과 대안을 나타내는 그림에 각각 표시하는

방법을 사용하여 보충과 대안에 대한 개념을 획득할 수 있었다. 이를테면 과일가게에 사과가 있는데, 또 다른 어떤 과일들이 함께 있을 수 있을까, 또는 과일가게에 이제 사과가 다 팔려서 더 팔 수 없는데 어떤 과일을 사과 대신 팔 수 있을까 라는 물음에 답하는 과정을 통해 보충과 대안의 개념이 획득되어진다고 하였다.

한편 만 5세 유아를 대상으로 한 이숙재와 이봉선(2004)의 연구에서는 실험 집단과 통제 집단 모두 보충과 대안의 개념의 평균점수가 사전, 사후 검사 모두 높게 나와 만 5세 유아가 이미 습득한 개념이라는 연구가 있다.

3) 유아경제교육의 정의 및 교육내용

경제교육의 정의는 학자들에 따라 다양하게 정의된다. 이태근(1988)은 경제교육이란 경제생활의 구체적인 사실들을 알게 하는 것이 아니라 보다 객관적이고 합리적인 사고를 할 수 있는 능력을 발견하여, 당면한 경제문제를 철저하게 이해하고 그 이해를 바탕으로 합리적인 선택결정을 하도록 하는 교육활동으로 정의하였다.

최병모(1989)는 국민에게 기본적인 경제문제, 경제를 움직이는 힘, 경제의 기본적 원리, 기본 개념 그리고 경제제도나 정책등에 대한 정보를 제공하고 경제적인 능력을 배양시켜 줌으로써 여러 가지 경제문제를 합리적으로 해결하는데 필요한 의사결정을 알려주는 과정이라고 하였다.

위의 정의들을 살펴보면 공통적으로 두 가지 항목을 내포하고 있다. 그 두 가지 항목 중 첫째는 경제교육은 우리가 속한 사회에서 이루어지는 경제생활에 대한 이해를 돕는 교육이라는 점이고, 둘째는 경제교육이 경제적 상황에서 합리적 의사결정을 하기 위한 교육이라는 점이다.

유아경제교육의 정의에서도 역시 이 두 가지 정의가 포함되는데, 김영옥과 홍혜경(1998)은 유아 경제교육이란 유아가 살고 있는 사회와 환경에 대

하여 관심을 갖도록 하여 개인적, 사회적 의사결정을 합리적으로 할 수 있는 경제적인 사고방식을 형성하도록 돕는 일이라고 정의하였다. 이숙재(2006)도 유아경제교육의 정의를 유아가 일상생활을 통해 경제 생활에 관심과 흥미를 갖고, 기본적인 경제 개념과 지식을 토대로 합리적인 경제적 가치와 태도를 형성하도록 돕는 교육으로 정의하고 있다.

따라서 학자들의 견해를 종합해 볼 때, 유아경제 교육이란 유아의 일상생활에서 일어나는 경제 관련 문제들에 관심과 흥미를 갖고 합리적으로 이해하고 판단하도록 도와주며, 경제적 사고방식을 통해 합리적인 의사결정능력을 갖도록 하는 것이라고 할 수 있겠다.

이상의 정의를 토대로 유아 경제교육의 내용을 선정해야 하는데, 이때 사회적 요구와 학습자의 요구, 학문중심과 생활중심의 내용을 적절히 조화시켜야 할 것이다(김정심,1999). 유아 경제교육내용을 국내외 학자와 연구들을 중심으로 정리하면 다음과 같다.

먼저 국외로는 EA(1997)에서 유아들에게 제시되어야 할 경제교육의 내용을 첫째, 인간의 욕구에 비해 자원의 제한되어 있다는 점, 둘째, 선택의 필요성, 셋째, 생산과 소비의 기능과 물물교환의 개념 알기, 넷째, 직업에 대한 역할의 이해와 관심 갖기 라고 하였다.

IDE(1997)에서는 사람들이 필요하고 원하는 것을 어떻게 채워 가는가에 대해 이해하는 것(사람들이 원하는 재화와 서비스에 대해 알아보기, 좋은 옷이나 그 외 필요한 것들을 어떻게 얻는가에 대해 알아보기), 가족들이 하고 있는 경제적 활동에 대해 관심 갖기, 직업의 종류를 알아보기 등을 제시하며, 화폐와 관련하여 일을 통해 돈을 번다는 것 알기, 화폐 사용방법(화폐의 가치알기, 화폐의 가격개념과 화폐에 대한 교환개념, 화폐의 희소성, 돈에 대한 기회비용개념 알기 등), 화폐를 저축해야 하는 이유 등에 대해 알기를 제시하고 있다(이정진, 2004).

국내에서 이은화와 김영옥(1994)은 유아경제교육의 내용으로 사람들의 주

거 형태와 살아가는 방법이 다르다는 것, 사람들은 각각 가치 있고 다양한 일을 하며 산다는 것, 일의 필요와 즐거움을 아는 것, 욕구와 필요, 그리고 실제로 가질 수 있는 것 사이에는 차이가 있음을 아는 것과 같은 교육내용을 제시하였다.

한편 제 6차 유치원 교육과정 중 사회생활 영역에서도 경제교육과 관련된 내용들을 볼 수 있다. 기본생활습관, 개인생활, 집단생활, 사회 현상과 환경 등의 하위 영역에 제시된 경제교육내용은 개념보다는 일상생활에서 실천할 수 있는 행동과 태도를 강조하였고, 구체적으로 절약, 욕구조절, 직업, 구매, 환경 보존 등의 내용을 포함하고 있다.

그러나 우리나라에는 아직 미국처럼 유치원에서 고등학교까지 체계적으로 연계되어 통합된 교육과정은 없는 실정이며, 또한 1998년 이후 급격한 경제적 변화에 대한 내용은 다양하게 다루어지지 않고 있다. 예를 들어 일본은 경제교육의 내용에 저축뿐 아니라 투자에 대한 내용도 포함하고 있다. 따라서 경제사회의 변화에 대응할 수 있는 경제교육 내용에 대한 연구가 요구되며 유치원에서 고등학교까지 학교교육 과정에 통합하여 실시할 수 있는 교육내용에 대한 기준에 대한 연구가 있어야 할 것이다(김덕순, 2005).

본 연구에서는 이숙재 외(2006)의 유아경제교육 내용을 바탕으로 바자회 프로젝트 활동의 내용을 계획하였다. 이숙재 외(2006)는 경제교육 영역을 돈의 이용과 관리, 자원과 생산, 직업과 일, 물건 구매 및 관리 4가지로 분류하고 각 영역에 따라 교육내용을 정리하였다. 각 영역별 교육내용을 다음 표1 과 같다.

<표 1> 경제교육의 영역 및 교육내용

영역	교육내용
돈의 이용과 관리	돈의 교환가치 이해하기 돈의 소중함 알기 돈을 아껴 쓰기 돈을 바르게 사용하는 태도 기르기 다른 사람과의 약속 지키기 돈의 종류 및 모양 변별하기 돈을 깨끗이 사용하기 저축하는 습관 가지기 돈을 가치 있게 사용하기
자원과 생산	상품의 원료 알기 자원의 소중함을 알기 자원을 절약하는 태도 기르기 재활용할 수 있는 물건이 있음을 알기 쓰레기를 줄일 수 있는 방법 실천하기 물건을 만든 사람에게 감사하는 마음 가지기 물건의 생산 과정 이해하기 자원이 한정되어 있음을 알기 재활용의 필요성을 이해하기 다시 쓸 수 있는 물건 재활용하기
직업과 일	지역사회의 다양한 직업에 관심 가지기 직업의 종류 및 하는 일 알기 모든 직업의 소중함 알기 다양한 직업을 존중하는 태도 가지기 열심히 책임을 다하는 태도 기르기 일과 돈의 관계 이해하기 여러 사람이 하는 일에 참여해 보기 다른 사람과 도움 주고받기 서로 협력해야 할 일을 실천하기

출처: 이숙재, 이봉선, 김종선, 이방실(2006), 연극놀이를 통한 유아경제교육 p.22

2. 유아 소비자 행동

1) 소비자 행동의 정의

경제성장으로 인한 가계 소득의 향상과 핵가족화에 따른 자녀수의 감소현상은 소비자로서의 유아의 역할을 크게 증대시켰다. 특히 매스미디어의 발달로 유아들은 어려서부터 많은 광고에 노출되어 있다. 그러나 유아가 발달적 특징상 인지능력과 상품지식이 제한되어 있고 상업적인 광고에 대한 인지적 방어능력이 발달되어 있지 못하기 때문에(Armento, 1988). 경제교육과 더불어 체계적인 소비자로서의 교육이 절실히 필요하다 할 수 있다.

전통적으로 소비는 인간의 욕구를 충족시키기 위한 재화의 사용을 의미하는 협의의 개념으로 정의되어 왔다. 그러나 현대에는 소비를 경제활동으로만 보는 시각에서 벗어나 사회문화적 활동으로 파악하려고 하는 폭 넓은 관점으로 이해되고 있다. 즉 소비는 소비재(재화)와 서비스(용역)가 만들어지고 구입되어 이용되며 그 이용의 결과까지 포함하는 일련의 과정으로 소비의 상호의존성, 문화 현상적 시각이 강조되는 개념으로 정의되고 있다(이기춘, 1999).

국외 학자들도 이와 같이 재화와 용역의 개념을 포함한 폭넓은 개념으로 소비자 행동을 정의하고 있는데, Burk(1967)는 소비자 행동을 재화와 용역의 선택과정 및 사용 과정에 관련되는 경제활동을 포함하는 개념으로 정의하였으며 Zalman(1983)은 개인, 집단, 조직이 재화와 서비스 및 그 밖의 자원을 획득하고 사용하며 이로 인한 경험을 통해서 나타내 보이는 행동, 과정 및 사회적 관계라고 함으로서 소비자 행동을 구매, 사용 및 사회적 상호작용 관계까지 포함하는 넓은 의미로 정의하였다.

따라서 여러 견해들을 종합해보면 소비자 행동은 단순히 재화나 용역을 구입하는 행위 뿐 아니라 이 행동을 결정하는데 선행되는 의사결정까지도

포함되며, 구매를 포함하여 구매 후 사용 처분하는 역할까지 넓은 의미로 정의할 수 있다. 본 연구에서는 소비자 행동의 하위 영역으로 소비자 가치, 자원관리 행동, 합리적 구매행동, 소비자 시민의식이라고 정한다.

2) 소비자 행동의 발달 단계 및 행동 특성

생의 초기 단계인 유아기의 발달은 이후 모든 단계의 성장, 발달의 기초가 되며 유아기는 태어나 습관, 언어 등의 발달에 있어서 그 어느 시기보다 빠른 속도로 발달하는 시기이다(김성희, 2000). 유아의 소비자 행동은 인간 발달의 측면에서 일반적으로 생각하는 것보다 훨씬 일찍 시작 되어, 이정주(1994)에 의하면 인간의 소비자 행동은 유아기에 그 형태가 결정되며, 특히 유아기에 습득된 소비자 행동은 그대로 성인기에 연결된다고 보고하고 있다.

유아의 소비자 행동은 일정한 단계를 거치면서 습득하게 되는데, McNeal(1992)은 출생 이후 유아가 소비자로 행동해 나가는 발달 단계를 관찰하기, 요구하기, 선택하기, 도움을 받아 구매하기, 독립적으로 구매하기의 5단계로 구분하였다.

우리나라에서는 이기춘(1988)이 소비자행동을 다음과 같이 영 유아기 때부터 7-8세까지 5단계로 구분하였다. 제 1단계는 출생 후부터 2세경으로서 이 시기는 주로 부모 곁에서 관찰하는 시기이다. 유아는 태어난 후 앉기가 가능해지면서 유모차나 쇼핑 카트에 앉아 시장을 관찰하는 소비자행동을 하게 되고 2세경이 되면 아동을 대상으로 하는 TV 광고의 내용물과 상점의 물건을 연결시킬 수 있게 된다. 제 2단계는 2-3세 경으로서 부모와 함께 쇼핑을 가면 갖고 싶은 것에 대해 부모에게 구매를 요구하며 이에 대한 부모의 반응도 학습하게 된다. 이때부터 유아는 부모의 소비자행동에 영향을 미치기 시작한다. 제 3단계는 3~4세 경으로서 유아가 부모와 함께 상점에 가

서 부모의 허락 아래 상품을 선택해 보는 시기이다. 유아는 자신이 좋아하는 것을 직접 선택하는 행동을 통해서 선호하는 상표가 생긴다. 제 4단계는 5-6세경으로 유아가 부모를 따라 가서 혼자 구매하는 시기이다. 이 시기의 유아는 화폐 개념이 형성되어 있으므로 독자적인 구매행동을 할 수 있으나 어려움을 겪는다. 마지막 5단계는 7-8세경으로 유아가 독자적인 소비행동을 보인다.

소비자 행동은 일정한 단계를 거치면서 발달하며 동시에 개인적 경험과 사회 경제적 요인의 영향을 받는다. 이는 모든 유아가 똑같은 발달단계의 특성을 나타내는 것은 아니므로(성영애 외, 2001) 효과적인 소비자 교육을 위해서는 유아의 개인차를 고려해야함을 의미한다. 또한 유아 소비자 행동은 부모, 또래, 학교, 구매경험, 대중매체 등 사회 경제적 요인의 영향을 받는다.

특히 현대의 유아 소비자는 경제 성장으로 인한 가계 소득의 향상으로 소비자로서의 역할이 증대되었고 동시에 소비욕구를 자극하는 TV 광고등의 대중매체에 쉽게 노출되어 있다. 그러나 유아는 아직 TV광고를 보고 올바르게 판단할 충분한 인지능력을 가지지 못하였고, 광고의 목적을 잘 이해하지 못한다. 또한 광고에 대한 인지적 방어기제가 발달되어 있지 못하여 광고를 여과 없이 수용하게 된다. 반면 소비자로서 유아는 성인과 다르게 소비에 대한 욕망을 잘 절제 하지 못하며, 상품과 서비스에 대한 요구가 성인들보다 훨씬 집중되어 있다. 유아는 어떤 상품의 선호와 요구가 강하며, 다른 대체물로 만족하지 않음과 동시에 강한 집념으로 압력을 가하는 행동으로 나타난다(백선미, 1996; 이기춘, 1999).

따라서 현대의 유아소비자는 자신이 쓸 수 있는 자유재량 소비액이 증가하였지만 반면 소비에 대한 욕망을 잘 절제 하지 못하며 소비 욕구를 자극하는 대중매체에 과다하게 노출되어 있다. 또한 가계의 구매에 직접, 간접으로 영향력을 행사하지만 소비자 역할에 대한 준비가 되어 있지 못한 상황이

다(제미경, 2000). 따라서 유아가 올바른 소비자 행동을 하기 위해서는 어린 시절부터 가정과 유아교육기관을 중심으로 건전한 소비자 교육을 실시해야 할 것이다.

3. 프로젝트 접근법

1) 프로젝트 접근법의 정의 및 특성

전통적으로 어린이들을 위한 교육과정은 학문적 능력과 기술을 강조하는데 비중을 두어왔다. 학문적 교육과정은 일률적인 방식으로 만들어져 있기 때문에 모든 유아들이 천편일률적인 내용과 과정으로 학습하게 되고 또한 동일한 결과를 경험하게 되며, 실제로 아이들이 살면서 배우는 세계와는 관련이 거의 없는 것들을 배우게 된다(김필식, 2002). Cobbet은 1830년대 당시 학생들이 학교에서 실생활과는 무관한 주입식 교육을 받는데 불만을 품고 실생활에 필요한 활동을 통한 교육방법을 시도하였는데, 이것이 바로 오늘날의 프로젝트 접근법의 첫 배경이 된다(Stewart, 1986). 이 후 Dewey가 자신의 실험학교에서 기존의 방식, 즉 교과목에 의한 분절된 학습을 지양하고 아동의 정신 발달 성향에 초점을 맞춘 통합된 학습을 제시함으로써 그 근거를 마련하였다. Dewey는 교육과정의 초점을 학문의 체계적 구조가 아닌 학습자에게 맞추었으며 이의 시행을 위해 프로젝트의 형식을 취하였다. Dewey의 교육활동은 그의 수제자였던 Kilpatrick에 의해 1919년 콜롬비아 대학교의 논문집인 「Teacher's College Record」에 '프로젝트 법(The Project Method: The use of purposeful act educative process)' 라는 제목으로 그 당시까지 진행되어온 프로젝트에 의한 학습 활동들이 이론으로 정립되었다(지옥정,2000).

Kilpatrick(1919)은 그의 논문에서 프로젝트의 본질을 '전심을 다하는 유

목적적 활동'이라고 정의하였으며, 학습자가 목적 설정이나 프로젝트 진행 과정에서 능동적인 주체적 역할을 수행하고 스스로 내적 동기화되어 활동에 전념하게 된다고 하였다. 프로젝트를 오늘날 유아교육의 현실에 맞게 재조직한 Katz 와 Chard(1989)는 프로젝트 접근법에서 '프로젝트'란 한 명 또는 그 이상의 유아가 이행하는 특정 주제에 대한 깊이 있는 탐구라고 정의하면서 프로젝트접근법의 특성을 다음과 같이 정리하였다.

첫째, 프로젝트 접근법은 학습 내용 선정 방법과 교수·학습방법을 함께 제시하고 있는 교육방법론적 이론이다. 즉 교사와 유아가 공동으로 주제망 형성, 질문꺼리 작성등의 학습 내용 선정과정에 참여하며, 프로젝트 의 시작, 전개, 마무리단계에 까지 유아가 함께 능동적으로 참여하는 교육방법이다.

둘째, 프로젝트접근법에서는 자발적인 내적 동기를 갖고 프로젝트 활동에 참여한다. 즉 필요에 의해 학습하게 되고 이런 과정을 통해 지식이 증가하여 자신감과 만족감을 느끼게 된다.

셋째, 프로젝트 접근법에서는 학습내용이 아동 개개인에게 유의미하여야 한다는 점을 강조한다.

넷째, 교수·학습과정 면에서 프로젝트 접근법은 시작, 전개, 마무리의 3단계 과정으로 구분되며, 각 단계마다 중심 사건과 과정, 그리고 아이들의 활동 내용이 다르며 이와 유기적인 관계 속에서 교사의 관심 및 역할이 달라진다.

다섯째, 프로젝트 접근법은 바람직한 유아교육을 위해 부모나 주변 사람들, 더 나아가 지역사회 구성원들과의 협력적 관계를 강조한다.

여섯째, 프로젝트 접근법에서는 프로젝트 전 과정을 통하여 교사와 유아, 유아와 유아간의 적극적인 사고의 교류와 상호작용 및 협동적 학습이 될 것을 강조한다(지옥정, 2000).

즉 프로젝트 접근법이란 유아의 흥미와 관심을 토대로 유아와 교사가 함

계 주제를 선정하고 교사의 지도 하에 개별 유아, 소집단 또는 학급 전체가 특정 주제에 대하여 심도 있게 탐색하는 지적(intellectual)활동이라고 할 수 있다.

2) 프로젝트 접근법의 목적 및 의의

프로젝트 접근법의 궁극적 목적은 유아의 정신(mind)계발에 있다. 여기서 정신이란 지식과 기능뿐만 아니라 정서적, 도덕적, 심미적 감수성까지 포함하고 있다. 이것은 다시 다섯 가지 하위 목표로 세분되는데 첫째는 지적 목적, 둘째는 삶으로서의 학습, 셋째는 공동체적 정신, 넷째는 균형 잡힌 학교 활동, 다섯째는 도전적 가르침이다(Katz & Chard,1989).

현대사회는 끊임없이 변화 발전하는 시기로 유아로 하여금 정보의 선택과 분석 및 판단 능력, 탐구력, 문제해결력 등 올바른 판단 능력을 키워줄 수 있는 지적 능력이 요구된다(Short, 1991). 이에 프로젝트 접근법은 유아의 주변 세계에 대한 이해를 증진시키고 긍정적인 학습 성향을 발전시키는 지적 능력의 발달을 목적으로 한다. 학습은 연령이 어릴수록 구체적인 상황 하에서 직접적인 경험을 통해 이루어지는 것이 바람직하며 프로젝트 접근법은 유아가 구체적인 상황 하에서 자발적으로 활동할 것을 강조하고 있으므로 유아에게 바람직한 교육방법이라고 할 수 있다(지옥정, 2000).

두 번째로 프로젝트 접근법의 목적으로 ‘삶으로서의 학습’을 꼽는다. Katz와 Chard(2000)는‘학교가 곧 삶이다’는 제목으로 삶으로서 학습의 중요성을 표현하고 있다. Short(1991)는 프로젝트 활동을 통해 유아들이 실생활에 대한 이해와 적용 능력을 증진시킬 수 있으며, 실제적인 경험과 관련 지어 학습함으로써 각 개인이 보다 의미 있는 학습 경험을 할 수 있다고 하였다. Collings(1923)는 4년간의 연구에서 아동교육과정을 생활의 필요나 목적에 기초하여 전적으로 프로젝트 중심으로 구성하였다. 그 결과 프로젝트 교육

을 통해 학습한 아동들이 전통적인 교과 위주로 구성된 교육과정에 의해 교육받은 아동들보다 전국 단위의 학업 성취도 검사에서 더 높은 점수를 얻었을 뿐 아니라, 아동과 부모의 학교에 대한 긍정적 태도 형성에도 더 효과적이었다고 보고한 바 있다. 이는 학교에서의 학습과 유아의 삶이 분리되지 않도록 교육을 실제 생활과 연결시켜야 하며, 프로젝트 접근법이 실생활과 밀접하게 관련되어 보다 유의미한 학습을 할 수 있음을 나타낸다.

셋째로 프로젝트 접근법의 목적으로 공동체적 정신을 들 수 있다. Gandini와 Edwards(1988)는 유아교육의 목적을 개인적 목적과 공동체적 목적으로 구분하고 오늘날의 유아교육은 이 두 가지 목적을 달성할 수 있어야 한다고 주장하였다. 개인적 목적이란 개인의 흥미 및 능력등의 요구를 충족시키는 것이며, 공동체적 목적이란 공동사회의 일원으로서 자기 역할을 책임 있게 수행해 나갈 수 있도록 하는 것을 말한다. 이 두 가지 목적을 모두 충족시킬 수 있는 방법이란 유아들로 하여금 집단의 일원으로서 능동적이고 창의적으로 문제를 해결하고 탐구하며, 그 결과를 함께 시각적으로 묘사하고 표현하도록 함으로써 공동의 목적에 공헌할 수 있는 기회를 제공해 주는 것이라고 하였다. 그리고 이를 성공적으로 구현한 대표적 사례가 프로젝트에 의한 학습이라고 하였다. Trepanier-Street(1993)는 프로젝트 접근법이 과거의 교육방식과 비교하여 다른 점으로 프로젝트 접근법이 다른 사람들과의 의미 있는 상호협동 즉 학급 구성원 및 학교 구성원들과의 관계뿐 아니라 가족, 이웃, 더 나아가 지역사회와의 관계를 증진시킨다는 점을 꼽았다.

넷째, 프로젝트의 목적으로 균형 잡힌 학교활동을 꼽는다. 지옥정(2000)은 체계적 교수(systematic instruction)나 자발적 놀이를 통해 학습한 내용을 프로젝트 활동으로 보완하고 강화한다는 말로 균형 잡힌 학교활동을 설명하였다. Dewey(1886)는 자신의 실험학교에서 활동을 진행하면서 유아의 활동과 더불어 필요한 경우 그때 그때 산수, 읽기, 역사, 과학등의 교과를 도입하여 균형있는 교육과정을 운영하였다.

다섯째, 프로젝트의 목적으로 도전 적인 가르침을 들 수 있다. 프로젝트 접근법에서는 교사의 적극적인 역할이 요구된다. 왜냐하면 동일한 주제를 놓고도 어떻게 진행시키느냐에 따라 그 활동의 방향과 질이 달라지기 때문이다. 그만큼 교사의 역량에 따라 프로젝트 활동이 풍부해지기도 하고 그렇지 못하게 되기도 한다. 따라서 교사는 아동의 반응에 민감하고, 아동에게 끊임없이 정보와 자극을 주어 흥미를 유발시키고, 더 나은 방향으로 이끌기 위해 노력해야 한다(김혜민, 2004).

따라서 프로젝트 접근법은 그 목적에 따라 유아의 주변세계에 대한 이해를 증진시켜 긍정적 학습 성향을 발전시킴으로써 지적 발달을 가져오고, 학습과 유아의 삶이 분리되지 않도록 교육을 실제 생활과 연결시켜 유의미한 학습이 이루어질 수 있다. 또한 프로젝트활동을 진행하면서 공동체의식이 발달되며, 교사에게 있어서는 도전감을 가지고 자신의 일을 수행하게 된다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구대상

본 연구 대상은 서울시 노원구에 위치한 Y 유치원 만 5세반 두 학급이었다. 두 개 학급 중 한 학급은 실험 집단, 다른 한 학급은 통제집단으로 임의 배정하였다. 연구 대상 집단의 교사는 모두 서울에 소재한 4년제 대학에서 유아교육을 전공하였고, 두 학급 가정의 부모들은 학력과 직업 면에서 유사했다. 집단별 유아 수는 각 33명으로 남녀 비율과 평균 연령은 다음과 같다.

<표 2> 실험 집단과 통제 집단의 남녀 비율 및 평균 연령

집단	대상 유아수			평균 연령
	남	여	합계	
실험 집단	17	16	33	72개월
통제 집단	19	14	33	74개월

2. 연구 도구

본 연구에서 사용한 검사도구는 다음과 같다.

1) 유아 경제개념 검사

유아의 경제개념 발달 정도를 알아보기 위해서 Laney(1995)가 제작한 검사 도구를 번역한 이숙재·이방실(2002)의 검사도구를 사용하였다.

경제개념 검사는 문항수가 총 17문항이며 7개의 하위 개념으로 구성되었

다. 각 문항을 하위개념별로 구분해 보면 희소성 2문항, 화폐가치 3문항, 교환 3문항, 기회비용 3문항, 자원과 생산 2문항, 재화와 용역 2문항, 보충과 대안 2문항이다.

각 문항별 점수는 옳은 답에 1점, 틀린 답 또는 무반응에는 0점을 배정하여 최저 0점에서 최고 17점 까지 점수가 분포한다. 총 점수가 많을수록 유아의 경제개념이 발달되었음을 의미한다.

본 검사는 검사자가 유아 1명씩 직접 면접하여 이루어졌으며 문항 구성 및 연구보조용 도구는 아래 표 3과 같다.

<표 3> 경제개념 검사문항의 구성

하위개념	문항번호	보조 도구
희소성	1, 2	-
화폐가치	3, 4, 5	실제 화폐, 놀이용 화폐
교환	6, 7, 8	상점 내 금전등록기 앞에 주인이 서있고, 그 옆에 물건을 카트에 담고 서서 돈을 내미는 손님이 그려진 그림
기회비용	9, 10, 11	실제 동전 100원 1개, 100원 가격이 붙은 물건 5개 (과자, 장난감, 스티커, 풍선, 색연필), 물건 담은 상자 1개
자원과 생산	12, 13	밀가루와 빵 사진, 딸기모형
재화와 용역	14, 15	구두 수선공, 요리사가 일하는 모습이 그려진 그림 미용사, 버스기사가 일하는 모습이 그려진 그림
보충과 대안	16, 17	연필 한자루

2) 유아 소비자 행동검사

유아의 소비자 행동을 알아보기 위해 변길희 (2006)가 작성한 도구를 사용하였다.

유아 소비자행동 검사는 총 13문항으로 4개의 하위영역으로 구성되었다. 각 문항을 하위개념별로 구분해 보면 소비가치관 3문항, 자원 관리행동 3문항, 합리적 구매행동 4문항, 소비자 시민의식 3문항이다.

각 문항별 점수는 옳은 답에 1점, 틀린 답 또는 무반응에는 0점을 배정하여 최저 0점에서 최고 13점 까지 점수가 분포한다. 총 점수가 많을수록 유아의 소비자 행동이 발달되었음을 의미한다.

본 검사는 검사자가 유아 1명씩 직접 면접하여 이루어졌으며 문항 구성은 아래 표 4 와 같다.

<표 4 > 소비자행동 검사문항의 구성

하위 영역	문항수	문항번호
소비가치관	3	1, 2, 3
자원 관리행동	3	4, 5, 6
합리적 구매행동	4	7, 8, 9, 10
소비자 시민의식	3	11, 12, 13

3. 연구 절차

1) 교사 및 검사자 훈련

본 연구자는 연구를 시작하기 전에 실험 집단의 교사를 대상으로 본 연구의 취지 및 활동의 전체적인 진행 과정에 대한 연수 및 토의활동을 하였다.

연구를 진행하면서는 매 수업 전과 후에 그 수업에 대한 토의 및 평가를 하였고, 다음 날 진행할 수업을 같이 계획하였다. 다음날 수업진행에 필요한 자료들은 연구자가 직접 제작 · 준비하였다.

한편, 유아 경제개념 검사와 소비자 행동 검사를 하기 위해 연구 보조자를 선정하여 검사자 훈련을 실시하였다. 연구 보조자는 서울 소재 4년제 유아교육과를 졸업하고 9년의 교사 경력을 가지고 있다. 연구자는 연구 보조자에게 본 연구의 취지를 소개하고 유아 경제 개념과 소비자 행동의 질문 내용과 면접 방법을 설명하였다. 실험에 들어가기 전 실험 집단과 통제 집단이 아닌 만 5세 학급의 유아들을 대상으로 측정한 연구자와 연구 보조자 간 일치도는 98%로 나타났다.

3) 사전 검사

프로그램 적용에 앞서 실험 집단 유아 33명, 통제 집단 유아 33명에게 각각 경제개념검사와 소비자 행동검사를 실시하였다. 실시기간은 2007년 9월 27일부터 10월 4일까지 약 5일간이었으며, 유치원의 조용한 곳(빈 활동실 및 빈 교실)에서 각 유아에게 일대일 면접으로 하였다. 검사자는 유아와의 친밀감 형성을 위해 검사 전 유아와 간단한 이야기를 나누고 시작하였다.

질문은 1번 하는 것을 원칙으로 하고, 반문하는 경우에는 다시 한번 말해주었다. 검사 소요시간은 경제개념검사의 경우 한 유아 당 10 - 15분 정도 소요되었고, 소비자 행동검사는 6 - 8분 정도 소요되었다. 연구자와 연구 보조자는 유아의 반응을 노트에 기록한 후 채점하였다.

4) 프로그램 적용

프로그램 적용 기간은 2007년 10월 8일부터 11월 7일까지 약 5주간이었

다. 연구 기간 중 실험 집단은 바자회 프로젝트를 실시하였고 통제 집단은 생활주제에 따라 ‘세계 여러 나라’와 ‘가을’을 주제로 수업이 이루어졌다.

실험 집단에서 이루어진 바자회 프로젝트 활동의 도입은 세계 여러 나라 중 아프리카와 아프리카 유아들의 생활에 대해서 알아보는 것으로 시작되었다. 실험 집단 유아들은 자원의 부족과 경제적인 어려움에 처한 아프리카 아이들의 생활을 학습하면서 바자회를 제안하였고 토의 활동을 통해 5개의 상점(팬시점, 영화관, 사진관, 과자점, 벼룩시장)을 결정하였다.

이 후 실험 집단의 유아들은 약 4주에 걸쳐 바자회 때 판매할 상품 만들기, 상점 꾸미기, 상품 원가 알아보고 가격 정하기, 상품 판매를 위한 광고 전단지 제작 및 CF 찍기, 집에서 재활용할 수 있는 물건 모으기 등 바자회 준비를 위한 활동을 전개하였다.

바자회 당일에 실험 집단 유아들은 각기 맡은 역할에 따라 같은 유치원의 만 4세와 3세 유아들을 대상으로 하여 상품을 설명하고 판매하는 활동을 하였다.

바자회 프로젝트의 마무리 활동으로 실험 집단 유아들은 수익금을 계산하고 월드비전 사이트(www.gifts.or.kr)에서 아프리카 친구들에게 보낼 상품을 선택하였다. 본 사이트는 쇼핑몰 형태로 구성되어 있어 실험 집단의 유아들은 인터넷 구매와 온라인 결제를 통한 전자 상거래를 경험하였다.

바자회 프로젝트 활동에 대한 활동계획안은 부록 4에 제시되어 있으며, 영역별 활동 내용을 주별로 정리하면 다음 표 5와 같다.

<표 5> 바자회 프로젝트 주 별 활동 명 및 활동 내용

주차	활동 명	영역별 활동 내용
1주	바자회 계획	이야기 나누기: 도움이 필요한 세계 여러 나라 친구들 토의: 세계 여러 나라 친구들을 어떻게 도와줄까요?
	문방구 /펜시점 준비	미술 영역: 목걸이, 팔찌, 메모관자석, 빼지 만들기 과학 영역: 지우개 만들기 언어 영역: 상품 보증서·설명서 만들기, 제조사표기하기, 간판 만들기 역할 영역: 문방구 놀이
2주	영화관 준비 및 광고찍기	동화 및 동극 : 누가 밑알을 심었을까? 미술 영역: 배경만들기,영화표 디자인하기, 영화 포스터 만들기 언어 영역: 광고 스토리라인 만들기, 간판 만들기 음악 영역: 영화 삽입 음악 게임: 누가 밑알을 심었을까? 역할 영역: 광고 모델 되어보기 (광고사진촬영, CF 광고 찍기)
3주	사진관 준비	미술 영역: 사진 카드 꾸미기 수 영역: 사진 가격 정하기 언어영역: 사진관 이름 짓고 간판 만들기
	벼룩시장 준비	이야기 나누기: 자원의 절약과 재활용 수 영역: 상품 가치에 따른 가격 정하기 언어 영역: 벼룩시장간판 및 홍보판 만들기
4주	과자점준비 바자회준비	과학 영역: 과자 만들기(요리활동) 언어 영역: 제조사, 유통기한 표기하기 미술 영역: 과자점 간판 만들기
5주	바자회 행사 및 사후 활동	이야기나누기: 올바른 판매자 행동과 올바른 소비자의 행동 언어 영역: 역할 목걸이 만들기, 상품 설명하기 수 영역: 영수증 작성해보기, 상품 가격 받기, 거스름돈 주기, 미술영역: 계산대 만들기, 장소 표시, 화살표 등 만들기, 사진 찍을 아이들 페이스페인팅 하기 광고 홍보: 동생반에서 광고홍보활동

5) 사후 검사 실시

바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념 발달 및 소비자 행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 사전 검사와 동일한 검사도구와 검사방법으로 사후 검사를 실시하였다. 실시 기간은 실험 집단의 바자회 프로젝트 활동이 끝난 후 2007년 11월 8일부터 11월 13일까지 약 4일간이었다.

4. 자료 처리 및 분석

바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념 발달과 소비자 행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 실험 집단과 통제 집단의 사전 사후 검사 점수의 평균과 표준편차를 구하였고, 이를 통해 사전 검사 점수를 공변인으로 하고 실험 집단과 통제집단의 사후 검사 점수를 종속변인으로 하는 공분산분석(ANCOVA)을 실시하였다. 자료의 통계처리는 SPSS를 사용하였다.

IV. 결과 및 해석

본 연구는 바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념 발달 및 소비자 행동에 미치는 영향을 알아보는 것을 목적으로 한다. 바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념 발달 및 소비자 행동에 미치는 영향을 검증하기 위해 실험 집단은 바자회 프로젝트 활동을 실시하였고 통제 집단은 생활 주제에 따라 수업이 진행되었다. 그 효과를 검증한 결과는 다음과 같다.

1. 바자회 프로젝트 활동이 유아 경제개념 발달에 미치는 영향

바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념 발달에 미치는 영향을 알아보기 위해 바자회 프로젝트 활동을 실시한 실험 집단 유아들과 바자회 프로젝트 활동을 실시하지 않은 통제 집단 유아들의 경제 기본 개념의 차이를 알아보았다. 경제 개념 전체에 대한 두 집단의 사전·사후 검사 점수의 평균과 표준 편차는 표 6과 같다.

<표 6> 경제개념 전체의 사전·사후 검사 점수의 평균과 표준 편차

		통제 (n=33)		실험 (n=33)	
		M	SD	M	SD
경제 개념 전체	사전	9.03	2.39	7.12	2.74
	사후	8.94	2.47	12.88	2.96

표 6을 보면 사전 경제개념 검사점수의 평균치는 실험 집단이 통제 집단에 비해 낮았으나, 바자회 프로젝트 활동을 실시한 이후 다시 측정한 사후 경제 개념 점수의 평균치에서는 실험 집단이 통제 집단 보다 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.

이러한 결과를 바탕으로 바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념 발달에 미치는 영향을 알아보기 위해 사전 검사 점수를 공변인으로 하고 두 집단의 사후 검사 점수를 종속변인으로 하는 공분산분석을 실시하였다. 경제개념의 공분산분석 결과는 표 7과 같다.

<표 7> 경제개념의 사후 검사에 대한 공분산분석 결과

Source		SS	df	MS	F
공변인(량)		198.86	1	198.86	44.98***
경제 개념 전체	집단	397.75	1	397.75	89.96***
	오차	278.52	63	4.42	
	전체	8588.00	66		

***p<.001

표 7의 결과를 보면 공변인이 사후 검사 점수에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하였다($F=44.98, p<.001$). 즉 공변인인 사전 검사 점수가 실험집단 및 통제 집단의 경제개념에 있어 사후 검사 점수에 영향을 미쳤다. 따라서 사전 검사 점수의 영향력을 제거 한 후 바자회 프로젝트 활동이 실험 집단과 통제 집단의 경제 개념 사후 검사 점수에 미치는 영향을 분석한 결과, 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($F=89.96, p<.001$). 이러한 결과는 사전 검사 점수의 효과를 완전히 배제한 후에도 실험 집단 유아의 경제개념 사후 검사 점수 평균이 통제 집단의 사후 검사 점수 평균에 비해 높다는 것을 의미한다. 따라서 바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념발달을 증진시킨다는 것을 알 수 있다.

다음으로 바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념 하위 영역발달에 미친 영향을 살펴보기 위해 두 집단의 사전·사후 검사 점수의 평균과 표준 편

차를 보면 표 8과 같다.

<표 8> 경제개념 하위 영역별 평균 및 표준편차

영역		통제 (n=33)		실험 (n=33)	
		M	SD	M	SD
회소성	사전	0.79	0.65	0.42	0.70
	사후	0.91	0.68	1.42	0.86
화폐 가치	사전	1.79	1.16	1.21	1.16
	사후	1.88	1.19	2.48	1.03
교환	사전	1.30	0.84	1.03	0.98
	사후	1.03	0.81	2.06	1.11
기회비용	사전	2.06	0.74	1.54	1.00
	사후	1.91	0.63	2.27	0.76
자원과 생산	사전	1.18	0.80	1.15	0.75
	사후	1.27	0.71	1.63	0.54
재화와 용역	사전	0.15	0.50	0.12	0.48
	사후	0.15	0.44	1.00	1.00
보충과 대안	사전	1.75	0.50	1.63	0.65
	사후	1.78	0.48	2.00	0.00

경제개념 하위 영역별로 통제 집단과 실험 집단의 사후 검사 점수 평균을 비교해보면, 회소성 영역에서는 통제 집단이 0.91, 실험집단이 1.42이고 화폐 가치 영역에서는 통제 집단이 1.88, 실험집단이 2.48이었다. 교환의 경우, 통제 집단이 1.03, 실험 집단이 2.06이며 기회비용은 통제 집단이 1.91, 실험 집단이 2.27이었고 재화와 용역은 통제집단이 0.15, 실험집단이 1.00 으로 나타났다. 보충과 대안 영역에서는 통제 집단이 1.78, 실험 집단이 2.00이었다. 즉 사후 검사에서 경제 개념 하위 영역별 평균 점수는 통제 집단보다 실험 집단에서 높았다.

이러한 평균의 차이가 통계적으로 검증될 수 있는지를 알아보기 위해 사전 검사 점수를 공변인으로 하고 사후 검사 점수를 종속변인으로 하는 공분

산분석을 실시하였다. 경제개념 하위 영역별 공분산분석 결과는 표 9와 같다.

<표 9> 경제개념 하위 영역별 공분산분석 결과

	Source	SS	df	MS	F
회소성	공변인(량)	4.41	1	4.41	8.08**
	집단	6.60	1	6.60	12.10**
	오차	34.37	63	0.54	
	전체	133.00	66		
화폐 가치	공변인(량)	22.00	1	22.00	23.99***
	집단	12.45	1	12.45	13.58***
	오차	57.75	63	0.91	
	전체	400.00	66		
교환	공변인(량)	11.25	1	11.25	14.29***
	집단	21.51	1	21.51	27.33***
	오차	49.59	63	0.78	
	전체	236.00	66		
기획비용	공변인(량)	7.42	1	7.42	19.59***
	집단	4.79	1	4.79	12.65**
	오차	23.85	63	0.37	
	전체	322.00	66		
자원과 생산	공변인(량)	5.13	1	5.13	15.37***
	집단	2.31	1	2.31	6.92*
	오차	21.04	63	0.33	
	전체	168.00	66		
재화와 용역	공변인(량)	0.09	1	0.09	0.16
	집단	11.93	1	11.93	19.71***
	오차	38.14	63	0.60	
	전체	72.00	66		
보충과 대안	공변인(량)	1.29	1	1.29	13.13**
	집단	0.95	1	0.95	9.66**
	오차	6.21	63	0.09	
	전체	245.00	66		

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

표 9에서 보면 공변인인 사전 검사 점수가 사후 검사 점수에 영향을 미친 하위 영역은 희소성, 화폐가치, 교환, 기회비용, 자원과 생산, 보충과 대안 개념이다. 따라서 사전 검사 점수의 영향력을 제거 한 후 바자회 프로젝트 활동이 실험 집단과 통제 집단의 사후 검사 점수에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과 경제개념 하위 영역 즉 희소성(F=12.10, p<.01), 화폐 가치(F=13.58, p<.01), 교환(F=27.33, p<.001), 기회비용(F=12.65, p<.01), 자원과 생산(F=6.92, p<.05), 재화와 용역(F=19.71, p<.001), 보충과 대안(F=9.66, p<.01)영역에서 유의미한 차이를 보였다.

따라서 바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념 및 경제개념의 하위 영역 발달을 증진시키는데 효과가 있었다.

2. 바자회 프로젝트 활동이 유아의 소비자 행동에 미치는 영향

바자회 프로젝트 활동이 유아의 소비자 행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 바자회 프로젝트 활동을 실시한 실험 집단 유아들과 바자회 프로젝트 활동을 실시하지 않은 통제 집단 유아들의 소비자행동의 차이를 알아보았다. 소비자 행동 전체에 대한 두 집단의 사전· 사후 검사 점수의 평균과 표준 편차는 표 10과 같다.

<표 10> 소비자 행동전체에 대한 사전· 사후 검사 점수의 평균과 표준편차

		통제 집단 (n=33)		실험 집단(n=33)	
		M	SD	M	SD
소비자 행동 전체	사전	8.00	2.88	7.87	2.82
	사후	8.75	2.54	11.57	1.17

표 10을 보면 사전 소비자행동 검사 점수의 평균치는 실험 집단이 통제

집단에 비해 낮았으나, 바자회 프로젝트 활동을 실시한 이후 다시 측정된 사후 소비자 행동 점수의 평균치에서는 실험 집단이 통제 집단 보다 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.

이러한 결과를 바탕으로 바자회 프로젝트 활동이 유아의 소비자 행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 사전 검사 점수를 공변인으로 하고 두 집단의 사후 검사 점수를 종속변인으로 하는 공분산분석을 실시하였다. 소비자 행동 전체의 공분산분석 결과는 표 11과 같다.

<표 11> 소비자 행동전체의 사후 검사에 대한 공분산분석 결과

	Source	SS	df	MS	F
	공변인(량)	25.49	1	25.49	6.96*
소비자 행동 전체	집단	133.48	1	133.48	36.46***
	오차	230.62	63	3.66	
	전체	7209.00	66		

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

표 11의 결과를 보면 공변인이 사후 검사 점수에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하였다($F=6.96$, $p < .05$). 즉 공변인인 사전 검사 점수가 실험 집단 및 통제 집단의 소비자 행동에 있어 사후 검사 점수에 영향을 미쳤다. 따라서 사전 검사 점수의 영향력을 제거 한 후 바자회 프로젝트 활동이 실험 집단과 통제 집단의 소비자 행동 사후 검사 점수에 미치는 영향을 분석한 결과, 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($F=36.46$, $p < .001$). 이러한 결과는 사전 검사 점수의 효과를 완전히 배제한 후에도 실험 집단 유아의 소비자 행동 사후 검사 점수 평균이 통제집단의 사후 검사 점수 평균에 비해 높다는 것을 의미한다. 따라서 바자회 프로젝트 활동이 유아의 소비자 행동 발달을

증진시킨다는 것을 알 수 있다.

다음으로 바자회 프로젝트활동이 유아의 소비자 행동 하위 영역발달에 미친 영향을 살펴보기 위해 두 집단의 사전·사후 검사 점수의 평균과 표준편차를 보면 표 12와 같다.

<표12> 소비자 행동 하위 영역별 사전·사후 검사에 대한 평균 및 표준편차

영역		통제 집단 (n=33)		실험 집단 (n=33)	
		M	SD	M	SD
소비 가치관	사전	2.03	1.13	2.27	0.94
	사후	2.30	1.10	2.84	0.36
자원관리행동	사전	1.75	0.86	1.66	0.77
	사후	1.75	0.75	2.48	0.50
합리적 구매행동	사전	2.18	1.01	1.84	0.93
	사후	2.33	0.92	3.42	0.56
소비자 시민의식	사전	2.03	1.07	2.09	0.98
	사후	2.34	0.82	2.81	0.39

소비자 행동의 하위 영역별로 통제 집단과 실험 집단의 사후 검사평균 점수를 비교해 보면, 소비자 가치관 영역에서는 통제 집단이 2.30, 실험 집단이 2.84이고 자원관리행동 영역에서는 통제 집단이 1.75, 실험집단이 2.48이었다. 합리적 구매행동 영역에서는 통제 집단이 2.33, 실험 집단이 3.42이고 소비자 시민의식 영역에서는 통제집단이 2.34, 실험 집단이 2.81로 나타났다. 즉 사후 검사에서 소비자행동 하위 영역별 평균 점수는 통제 집단보다 실험 집단에서 높았다.

이러한 평균의 차이가 통계적으로 검증될 수 있는지를 알아보기 위해 사전 검사 점수를 공변인으로 공분산분석을 실시하였다. 소비자 행동 하위 영역별 공분산분석 결과는 표 13과 같다.

<표 13> 소비자 행동 하위 영역별 공분산분석 결과

	Source	SS	df	MS	F
소비가치관	공변인(량)	10.53	1	10.53	20.30***
	집단	3.31	1	3.31	6.38*
	오차	32.67	63	0.51	
	전체	486.00	66		
자원관리 행동	공변인(량)	4.13	1	4.13	11.74**
	집단	9.38	1	9.38	26.66***
	오차	22.16	63	0.35	
	전체	486.00	66		
합리적 구매 행동	공변인(량)	0.42	1	0.42	0.73
	집단	20.05	1	20.05	34.17***
	오차	36.96	63	0.58	
	전체	604.00	66		
소비자 시민의식	공변인(량)	4.36	1	4.36	12.38**
	집단	3.17	1	3.17	9.02**
	오차	22.18	63	0.35	
	전체	473.00	66		

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

표 13에서 보면 공변인인 사전 검사 점수가 사후 검사 점수에 영향을 미친 하위 영역은 소비가치관, 자원관리행동, 소비자 시민의식이다. 따라서 사전 검사 점수의 영향력을 제거 한 후 바자회 프로젝트 활동이 실험 집단과 통제 집단의 사후 검사 점수에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과 소비자 행동 하위 영역 즉 소비자 가치관(F=6.38, p<.05), 자원 관리 행동(F=26.66, p<.001), 합리적 구매행동(F=34.17, p<.001), 소비자 시민의식 (F=9.02, p<.01) 영역에서 유의미한 차이를 보였다.

따라서 바자회 프로젝트 활동이 유아의 소비자 행동 및 소비자 행동의 하위 영역발달을 증진시키는데 효과가 있었다.

V. 논의 및 결론

본 연구는 바자회 프로젝트활동이 유아의 경제개념 발달 및 소비자 행동에 미치는 영향을 알아보고 이를 통하여 유아교육현장의 실천적인 경제 교육활동에 도움을 주고자 하는 목적에서 이루어졌다.

본 연구 결과에 따른 논의 및 결론은 다음과 같다.

1. 논의

1) 바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념 발달에 미치는 영향

본 연구 결과 바자회 프로젝트 활동이 유아의 경제개념 발달을 증진시켰으며 경제개념의 전체 하위영역 즉 희소성, 화폐가치, 교환, 기회비용, 자원과 생산, 재화와 용역, 보충과 대안개념의 발달을 증진시켰다.

이는 본 연구의 목적에 따라 선정된 바자회 프로젝트 활동이 돈의 이용과 관리, 자원과 생산, 직업과 일, 물건구매 및 관리라는 경제교육내용을 포함하고 있으며, 유아들이 활동을 진행하는 과정에서 체험을 통하여 경제개념을 습득하였다고 볼 수 있다.

본 연구결과는 프로젝트 활동 특성에 따라 지식 주입식 방법이 아니라 일상생활과 관련된 흥미 있는 주제를 가지고 유아의 호기심과 흥미를 토대로 의미 있게 학습 내용을 전개할 때 효과적인 경제교육을 할 수 있다는 이화영(2001)의 의견과 일치한다. 또한 경제개념을 의미 없이 가르치는 것보다는 일상생활로부터 의미 있게 구성되어 유아의 심리적 상태와 이전 경험 그리고 교사의 풍부한 환경제공과 조화되도록 비계 설정하여 이끌어질 때 효과적으로 학습될 것이라고 한 Seefeldt(1997)의 이론을 뒷받침하고 있다. 이는

다양한 경제교육활동을 통해 경제 개념을 발달시킬 수 있다는 선행연구들(김미현, 1997; 이명옥, 2001; 김혜영, 2002; 이숙재외, 2004; 김정숙, 2005)의 연구 결과와도 일치된다.

경제개념의 하위 영역을 중심으로 본 연구에서 실시한 활동 및 선행연구와 관련 지어 논의해 보면 다음과 같다.

먼저 희소성개념의 경우 본 연구에서는 자원의 한정성과 절약의 필요성을 학습하면서 이와 연계하여 베희시장활동이 포함되었다. 또한 바자회시 상품이 한정 되어있어 유아들이 더 구매하고 싶어도 할 수 없게 되면서 희소성 상황을 경험하게 되었는데 이런 경험들이 유아의 희소성 개념발달에 도움을 주었을 것이라고 생각된다. 이는 유아가 경제활동을 학습한 뒤 희소성개념이 쉽게 이루어짐을 볼 수 있었던 김미현(1997)의 연구와 일치한다. 그러나 Laney(1998)는 1,3,6학년을 대상으로 하여 '희소성' 개념학습을 했음에도 불구하고 아이들이 '희소성'을 이해하는데 어려움을 느꼈다고 하여 본 연구결과와는 일치되지 않았다. 또한 이재정(1999)과 정수미(1990)역시 희소성 개념이 유아들이 전반적으로 이해하는데 어렵다는 결과를 나타내어 이에 따른 추가 연구가 계속 되어야 할 것이다.

두 번째로 화폐가치 개념과 관련하여 본 연구에서는 유아들이 바자회를 준비하면서 판매할 상품의 가격을 정하는 활동이나 실제화폐로 물건을 판매 및 구매하는 활동을 경험하였는데 이런 경험이 유아의 화폐가치 개념형성에 도움을 주었을 것으로 생각된다. 이는 실제 화폐를 사용하고 화폐를 벌어보는 경험이 제공되어질 때 명확한 경제 개념 형성이 가능하다고 한 Melendez외(2000)의 이론을 뒷받침하는 결과이다. 또한 본 연구결과와 일치되는 선행연구로 Eisen(1985)은 실제 학교 매점의 경영을 통해 아동들이 화폐의 가치 개념을 이해했다고 하였으며, 김혜영(2002)은 실제 화폐를 사용하여 역할놀이 영역에서의 지속적인 구매활동을 한 결과 유아의 화폐 가치 개념이 발달했다고 하였다. 그러나 창의적 극놀이를 통한 유아 경제교육 프로

그램을 실시한 실험 집단과 통제집단간 화폐가치개념이 유의한 차이를 보이지 않은 이숙재와 이봉선(2004)의 연구와는 일치하지 않아, 실제 화폐를 사용하여 활동한 경험이 유아의 화폐 가치 개념 형성에 도움이 된다고 추론해 볼 수 있겠다.

셋째 하위영역으로 교환개념의 경우 본 연구에서 바자회당일 유아들이 만든 상품을 실제 화폐를 받고 판매함으로써 상품이 일정 비율로 화폐와 교환됨을 알게 되었다. 또한 만약 손님이 상품 가격보다 더 높은 화폐를 냈을 때 거스름돈을 주어야 한다는 개념을 습득하게 되었다. 이는 Stauss(1952)가 유아의 화폐에 대한 교환개념의 이해에 있어 제시한 4가지 수준 중 물건의 가격과 화폐가 일치해야 구입할 수 있음을 정확히 알며 거스름돈에 대한 개념을 가지는 4단계를 실제 경험을 통해 습득하게 되었다고 볼 수 있다. 또한 4-5세쯤이면 화폐를 교환으로 인식하고 연령이 증가할수록 돈의 가치와 거스름돈을 인식하게 되므로 성숙 이 외에도 외부의 경험이 중요하다고 한 Schug(1983)의 연구결과와 일치된다.

넷째 하위영역으로 기회비용개념의 경우, 실험집단의 유아들은 바자회 행사 시 물건을 판매하는 역할뿐 아니라 구매하는 경험도 하였다. 이때 유아들은 구매 전 무엇을 살지 도 왜 그것을 살지 생각한 후 구매하였는데, 이런 경험이 유아의 기회비용 개념발달에 도움을 주었을 것으로 생각된다. 또한 바자회의 수익금으로 어려운 나라의 친구들에게 선물을 보내는 활동 과정에서 한정된 수익금으로 모든 것을 구입할 수 없으므로 무엇을 구입할지 왜 그것을 선택했는지 이야기 해봄으로써 예상되는 이익에 대해 서열화 시키는 경험을 하였다. 본 연구결과와 일치하는 연구를 보면, Kouilsky(1985)는 6-9세의 유아 220명에게 Mini- society 프로그램을 통하여 희소성 상황을 경험하게 하였는데, 그 결과 프로그램에 참석한 유아가 경제적 문제해결과 정에서 기회비용 분석을 이용하였다고 하였다. 한편 이명옥(2001)은 만 5세를 대상으로 경제 동화를 들려주고 난 후 이야기 나누기 경험의 유무에 따

른 경제개념발달을 연구하였는데, 기회비용개념에 있어서 집단간에 유의한 차이가 나타나지 않아 실생활 상황을 경험함으로써 잘 획득되는 개념으로 해석하였다.

다섯째 하위 영역인 자원과 생산개념도 바자회 프로젝트 활동으로 개념이 발달되었다. Burris(1983)는 생산개념이 교환과 소비에 대한 개념보다 늦게 발달하는 이유는 일상생활 속에서 직접적인 경험을 더 많이 하는 것이 교환과 소비이기 때문이라고 하였다. 선행연구에서도 시장놀이 (이영자, 2001), 슈퍼마켓 프로젝트(이화영,2001) 등 주로 교환과 소비를 중심으로 한 연구들이 많이 있었다. 반면 바자회 프로젝트활동은 유아가 직접 재화를 생산하고 판매하는 활동 예를 들면, 밀가루로 과자를 만들어 판매하는 활동 등이 포함되어 생산의 바탕이 되는 자원에 대해 개념을 습득하는데 도움이 된 것으로 보인다.

여섯째, 바자회 프로젝트 활동을 실시한 실험 집단의 재화와 용역개념발달이 증진되었다. 본 연구에서는 유아들의 제안에 따라 사진관, 영화관, 문구점·팬시점, 과자점의 4가지 형태의 상점을 계획하였는데 이 중 영화관, 사진관은 용역의 개념이 문구점·팬시점, 과자점은 재화의 개념이 포함되어 있어 유아들이 경험을 통해 재화와 용역의 개념을 접근할 수 있었던 것으로 보인다. 대부분의 선행연구(이숙재· 이봉선, 2004; 김정숙, 2005, 변길희, 2006)에서 경제교육활동이 재화와 용역의 개념 획득에 효과가 있었음을 밝혔던 것과 일치한다.

일곱째, 바자회프로젝트 활동을 실시한 실험집단의 보충과 대안 개념발달이 증진되었다. 이는 실험집단의 사전 검사 결과 이미 높은 점수를 보여 교육의 효과가 나타나지 않았던 이숙재· 이봉선(2004)의 연구와는 차이가 있다. 그러나 본 연구에서도 보충과 대안의 사전 점수가 평균 1.636으로 비교적 높았고, 바자회 프로젝트 활동 후 실시된 사후 검사에서는 평균 2.000로 실험 집단의 모든 유아가 보충과 대안 개념을 형성하였다. 따라서 보충과

대안 개념은 유아의 성숙과 경험을 통해 쉽게 형성할 수 있는 개념으로 추론해볼 수 있겠다.

2) 바자회 프로젝트활동이 유아의 소비자 행동에 미치는 영향

바자회 프로젝트 활동은 유아의 바람직한 소비자 행동발달을 증진시켰다. 또한 소비자 행동의 하위 영역별로 연구 결과를 보면 소비가치관, 자원관리 행동, 합리적 구매행동, 소비자 시민의식의 발달을 증진시켰다.

이러한 결과는 만 5세 유아를 대상으로 소비자교육 프로그램을 실시한 결과 소비자행동을 긍정적으로 발달시키는데 의미 있는 영향을 주었다는 재미경·김영옥(2004)의 연구 결과와 통합적 접근에 의한 소비자 교육 프로그램이 유아의 소비자 행동 증진에 긍정적인 영향을 미쳤다고 보고한 변길희 외(2006)의 연구와 일치된다.

소비자행동의 하위 영역을 본 연구에서 실시된 활동 및 선행연구와 관련지어 논의해보면 다음과 같다.

먼저 소비가치관의 경우 본 연구에서 유아들이 벼룩시장활동을 통해 가정에서 사용하지 않는 물건들이 판매되어 다시 사용할 수 있다는 것을 경험하게 되었다. 선행연구 중에서 소비자 교육활동 후 건전한 소비 생활태도가 형성되었음을 밝힌 노일유치원(1997)의 연구결과와 ‘아나바다 운동’후 유아의 소비절약 및 자원 재활용 행동에 긍정적인 효과가 있음을 보고한 예일유치원(1998)의 연구가 본 연구와 일치된다.

바자회 프로젝트 활동이 소비자 행동 중 두 번째 하위 영역인 자원관리 행동발달을 증진시켰다. 이는 소비자교육을 통해 용돈관리 능력이 향상된 박선아(1985)의 연구와 통합적 접근법에 의한 소비자교육프로그램을 통해 자원관리행동이 향상된 변길희(2006)의 연구와 일치된다. 본 연구에서는 바자회 실시 전 가정에 통신물을 보내어 바자회시 물건을 구매하는 경험을 가

지 예정임을 알리고 가정에서 미리 용돈을 저축할 수 있는 경험을 가지게 하였다. 또한 세계 여러 나라 어린이들이 아주 적은 돈이 없어 어려움을 당하는 것들을 알아보면서 돈을 함부로 사용하지 말아야 하는 것들을 경험을 통해 알게 되었다.

세 번째 바자회 프로젝트 활동을 통해 합리적 구매행동발달이 증진되었다. 본 연구에서는 실험집단의 유아들이 만든 상품을 판매하기 위해 전단지 를 만들고 CF광고를 찍었으며 이런 과정에서 광고의 기능과 역할을 알게 되었다. 또한 바자회 때 판매할 과자를 만들면서 유통기한의 의미와 중요성 에 대해 확인하였고, 직접 유통기한을 정해보는 활동을 통해 합리적 구매행 동에 도움을 주었을 것으로 생각된다.

다음으로 바자회 프로젝트 활동이 소비자 행동의 하위 영역 중 소비자 시 민의식발달을 증진시켰다. 이는 소비자교육 실시 후, 유아들의 소비자 권리 와 문제해결능력이 향상되었다는 재미경·김영옥(2004)의 연구결과와 부합된 다. 본 연구에서는 실험 집단의 유아들이 바자회 때 판매할 상품들을 만들 면서 상품 안에 상품 보증서 및 설명서를 작성하여 상품에 넣는 활동이 진 행되었다. 이 활동을 통해 유아들은 판매자는 A/S, 리콜 등을 해주어야 하 는 의무를 알게 되었으며 동시에 소비자로서 그러한 권리가 있음을 알게 되 어 소비자 시민의식에 긍정적인 효과를 가져 오게 되었다고 보여 진다.

2. 결론 및 제언

본 연구를 통해 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 바자회 프로젝트 활동은 유아의 경제개념 발달을 증진시켰다. 경제 개념의 하위 영역인 희소성, 화폐가치, 교환, 기회비용, 자원과 생산, 재화와 서비스, 보충과 대안개념의 발달이 증진되었다.

둘째, 바자회 프로젝트 활동은 유아의 소비자 행동 발달을 증진시켰다. 소

비자 행동의 하위영역인 소비 가치관, 자원관리행동, 합리적 구매행동, 소비자 시민의식의 발달이 증진되었다.

마지막으로 본 연구에 기초하여 후속연구를 위한 몇 가지 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 연구기간이 5주, 약 한달 가량 매일의 일과 속에서 진행되었다. 하나의 프로젝트로 진행하기에 기간은 적당하다고 생각되어 지나, 단기적인 연구로 끝날 것이 아니라 본 연구가 주는 장기적인 교육의 지속성 여부를 파악하기 위해 일정한 기간 후 다시 검사하여 교육효과의 지속성을 알아봐야 할 것이다.

둘째, 바자회 행사에 참가하여 물건을 구매한 만 3세, 만 4세 유아들이 본 활동에 무척 흥미를 가졌다. 그 결과 본 연구 직후에 유아들의 제안으로 만 4세 반에서 바자회 프로젝트 활동을 시작하게 되었고, 만 4세반 담임교사는 본 연구자에게 바자회 프로젝트 활동에 대한 문의를 하였다. 따라서 만 3세, 4세에게 맞는 바자회 프로젝트 활동에 대한 연구 및 그 효과에 대한 연구를 제안한다.

셋째, 본 연구에서는 가정과의 연계를 위해 가정통신문을 통해 유아들의 활동을 알리고 협조를 구하며, 경제교육에 대한 공지를 하였다. 그러나 바자회 행사 시에 부모를 초청하여 부모와 함께 구매를 할 수 있는 경험을 제공하지는 못하였다.

유아의 경제생활 습관형성에 있어서 부모의 경제 생활태도가 중요한 모델이 되므로 부모 교육을 통해 바람직한 경제 교육 및 소비자 행동을 알리고, 유아들과 함께 바자회 행사에 참여한다면 유아들의 바람직한 경제적 태도 및 소비자 태도가 더욱 증진될 것이다. 따라서 후속 연구에서는 가정과 연계한 바자회 활동으로 확장해볼 것을 제안한다.

넷째, 본 연구는 서울에 위치한 유치원의 만 5세 유아 66명(실험 집단 33명, 통제 집단 33명)을 대상으로 한 것으로 연구 결과를 일반화하기에는 어

려움이 있다. 그러므로 후속연구에서는 서울뿐 아니라 다른 도시나 농촌까지 확대하여 연구해볼 것을 제안한다.

다섯째, 본 연구 시 유아의 소비자 행동을 검증할 수 있는 적절한 검사도구가 부족하여 검사도구 선정에 어려움을 겪었다. 소비자로서 유아의 역할이 확대된 만큼 유아의 소비자 행동을 정확히 측정할 수 있는 검사도구의 개발이 반드시 필요하므로 후속연구를 통해 개발되어야 할 것이다.

여섯째, 본 연구를 진행하면서 경제교육과 관련된 이야기 나누기 자료 및 활동 자료들이 많이 부족하여 수업에 필요한 자료준비제작에 많은 노력이 필요하였다. 경제교육 및 소비자교육과 관련된 다양한 경제교육자료 개발의 필요성이 제기된다.

참고문헌

- 교육부(1998). 유치원 교육과정 해설. 서울: 대한교과서 주식회사.
- 교육부(2000). 유치원 교육활동 지도자료 총론. 서울: 대한교과서 주식회사.
- 김덕순(2004). 유아경제교육에 대한 교사의 인식. 충남대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 김미현(1997). 유아 경제교육 활동이 경제기본개념에 미치는 영향. 한국교원대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김영옥, 홍혜경(1998). 유아의 소비생활 인식과 경제교육 위한 교육과정모색. IMF 관리체제에서의 아동·청소년 생활변화와 적응. 한국아동학회 춘계학술대회 자료집, 41-62.
- 김정숙(2005). 체험중심 경제교육 프로그램이 유아의 경제개념과 구매행동에 미치는 영향. 서울여자대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 김주영(2004). 환경 친화적인 경제교육이 유아의 환경의식과 경제 개념에 미치는 효과. 경희대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 김정심(1999). 유아 경제교육에 대한 실태 및 교사의 인식조사. 성신여자대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 김혜영(2002). 경제 동화를 활용한 통합교육이 유아의 화폐 개념에 미치는 영향. 덕성여자대학교 석사학위 논문.
- 노덕실(2002). 소비자교육 활동이 유아의 경제개념 발달에 미치는 영향. 충남대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 노일유치원(1997). 체험적 경제활동을 통한 건전한 소비생활 태도 향상. 서울특별시 교육청.
- 박선아(1985). 유아원 아동의 소비자 행동에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.

- 박 철(2002). 미국 청소년 금융교육 실태 및 시사점. 전국은행연합회.
- 박형준(1999). 동료간의 협동적 상호작용 경제개념발달에 미치는 효과에 대한 연구: '화폐'개념을 중심으로. 서울대학교대학원 박사학위 논문.
- 백선미(1996). 아동소비자의 TV광고판별능력에 관한 연구. 소비자학연구 제 7권. pp.15-33.
- 변길희(2006). 통합적 접근에 의한 소비자교육 프로그램이 유아의 경제 기본 개념과 소비자 행동 및 사회적 능력에 미치는 영향. 원광대학교 대학원 박사학위 논문.
- 손희정(2006). 유아 경제교육 프로그램 효과연구. 부산대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 송응식(1987). 유아 경제 교육에 관한 연구. 제주관광전문대학 논문집 제 3권. 200-219.
- 송형진(1993). 아동의 경제 개념 발달에 관한 연구. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 엄계임(2003). 유아를 위한 경제교육 활동이 유아의 경제개념형성과 수학적 사고에 미치는 영향. 한국외국어대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 여수영(2004). 도시와 농촌지역 유아의 경제개념 및 소비자 행동 비교 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 예일유치원(1998). 아·나·바·다 실천을 통한 소비절약 및 자원재활용 방안. 서울특별시교육청지정 시범유치원 운영보고서.
- 윤은주(2006). 프로젝트 접근법의 반성적 실천: 그 이해와 오해. 유아교육연구. 15(3), 187-198.
- 은예숙(2000). 초등학생들의 경제 개념 인식과 추론의 발달. 인천교육대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 이기숙(1998). 유아기관에서의 소비자교육. 유능한 어린이로 키우기, 삼성복지재단 제 6회 학습대회 자료집, 67-93.

- 이기춘(1999). 소비자교육의 이론과 실제. 서울: 교문사.
- 이명옥(2001). 경제 동화에 대한 이야기 나누기 활동이 유아의 경제 기본개념에 미치는 영향. 전남대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이세원(2006). 경제동화를 활용한 토의활동과 역할놀이가 유아의 경제기본개념 및 자기조절능력에 미치는 효과비교. 전남대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 이숙재, 이방실(2002). 유아 경제교육을 위한 극놀이 활용방안 연구: 유아의 경제개념 및 소비자행동에 기초하여, 한국어린이 육영회 2002년 연구 논문보고서.
- 이숙재 외(2006). (연극놀이를 통한) 유아 경제 교육. 서울: 창지사.
- 이숙재, 이봉선(2004). 창의적 극놀이 활동을 통한 유아 경제 교육 프로그램 개발과 적용에 관한 연구. 유아교육연구. 24(5), (2004.10) 121-144
- 이영미(2006). 토의식 경제 관련 활동이 유아의 구매행동에 미치는 영향. 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이영자(2001). 시장놀이가 유아의 경제 기본 개념습득에 미치는 영향. 전북대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 이원영(1998). 어린이를 위한 가정에서의 소비자교육. 유능한 어린이로 키우기, 삼성복지재단 제 6회 학술대회자료집
- 이정주(1994). 아동소비자 행동에 관련된 변인 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이정진(2005). 경제교육에 대한 유아교사의 인식연구. 중앙대 대학원 석사학위 논문.
- 이재정(1999). 어머니의 소비자교육 인식과 유아의 경제개념 발달과의 관계. 이화여자대학교 석사학위 논문.
- 이태근 외(1992). 경제교육론. 서울: 교학연구사.
- 이화영(2001). 프로젝트 접근법에 의한 슈퍼마켓프로젝트 프로그램이 유아의

- 경제기본개념 형성에 미치는 영향. 성균관대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 장명주(2004). 유아경제교육에 대한 교사와 어머니의 인식. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 전선영(1995). 유아를 위한 경제교육의 방향 모색. 안양전문대학 논문집 18('95.12) pp. 395-409.
- 전영순(1997). 교구대여 활동이 유아의 절제생활 교육에 미치는 영향. 건국대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 정수미(1990). 아동의 경제적 개념 이해에 관한 연구. 중앙대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 정정도(1986). 경제교육에서 사고력 시장에 관한 연구. 사회와 교육 제 10권, 73-89.
- 제미경(2000). 유아소비자교육 프로그램 개발을 위한 기초연구. 인제 대학교 인문사회과학논총, 7(1), 249-264.
- 제미경, 김영옥(2004). 소비자교육이 유아의 소비자지식과 소비자행동에 미치는 영향. 대한가정학회지, 42(2), 69-82.
- 조도근(1989). 한국학생의 경제적 개념 발달에 관한 연구: 부의 개념 형성을 중심으로. 인하대학교 인문과학연구서 논문집, 제 15집, 285-300.
- 조미환(2004). 어머니의 소비자행동, 소비자교육과 유아의 소비자행동과의 관계. 중앙대학교 교육대학원.
- 조은숙(2006). 유아의 토의활동을 통한 경제교육이 경제 기본 개념 획득에 미치는 영향. 한양대학교 대학원 석사학위 논문.
- 조정록(2003). 문학을 활용한 경제교육활동이 유아의 경제 기본개념 형성에 미치는 영향. 건국대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 지옥정(1996). 유아교육현장에서의 프로젝트 접근법. 서울: 창지사.
- 한형원(1998). 아동의 경제 교육 태도와 유아의 경제 기본개념과의 관련성

- 연구. 한국 외국어대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 한희경(1999). 어머니의 경제교육 태도와 유아의 경제기본 개념과의 관련성 연구. 한국외국어대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- Armento, B. J.(1982). *Awareness of economic knowledge: A developmental study*. Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research Association, NY.
- Armento, B. J.(1991). *Elementary school social studies: Research as a guide to practice*. Virginia A. Atwood(Eds.) Bulletin NO. 79.
- Armento, b. & Flores, S.(1986). Learning about the economic world. In V.Atwood(Ed.), *Elementary school social studies: Research as a guide to practice*(pp.85-101). Bulletin No. 79. Washington, DC: National Council for the Social Studies.
- Berti, A. E. & Bombi, A. S.(1979). Where does money come from? *Archivio di Psicologia*, 40, 53-77.
- Berti, A. E. & Bombi, A. S.(1981). The development of the concept of money and its value: A longitudinal study. *Child Development*, 52,
- Berti, A. E. & Bombi, A. S.(1988). *The child's construction of economics*, Cambridge University Press.
- Berti, A. E. & Bombi, A. S.(1989). Environmental differences in understanding production and distribution. *Child development in cultural context*, 247-272.
- Danziger, K.(1958). Children's earliest conceptions of economic relationships. *The Journal of Social Psychology*, 47
- David, c. (1989). Learning elementary economics with a school store: A comparative study of two fifth- grade classes. *The Social Studies*, 80(2), 55-58.

- Edward, C. P. (1986). *Promotion social and moral development in young children creative approaches for the classroom*. New York: Teachers College Press.
- Eisen, A. (1985). Economic education through a school store. *Elementary School Journal*, 5. 40-52.
- Kourilsky, M. L.(1977). The Kinder-Economy: A case study of kindergarten pupil's acquisition of economic concepts. *The Elementary School Journal*, 77(3), 182-191.
- Kourilsky, M. L.(1983). Mini- society: Experiencing real-world economics in the elementary school classroom, Menlo Park, California: Addison-Wesley Publishing Company.
- Laney, J. D.(1988). The impact of perceived familiarity and perceived importance on economic reasoning in time-allocation decisions. *Journal of Economic Education*, 19(3), 209-216.
- Laney, J. D.(1989). Experience and concept- label- type effects on first graders' learning, retention of economic concepts. *The Journal of Educational Research*, 82(4), 231- 236.
- Laney, J. D.(1995).*The effect of cooperative and mastery learning methods on primary grade students' learning and retention of economic concepts*. ERIC Document Reproduction Service NO. ED 401 221.
- McGrew, C.(1998). Teaching about goods and services using benny's pennies. *Social studies and the young learner*, 11(2), 1-2.
- McNeal, J. U.(1987). *Children as consumers: Insights and implications*. Lexington, M.A.: D.C. Health and Company.
- McNeal, J. U.(1992). *Kids as consumers: A hand book of marketing to*

- children. Lexington books.
- Schug, M. C.(1983). The development of economic thinking in children and adolescents. *Social Education*, 47(2), 141- 145.
- Schug, M.C & Birkey, C. J.(1983). *The development of children's economic reasoning*, ERIC Document Reproduction Service NO. ED 235 099.
- Seefeldt, C.(1997). *Social studies in the developmentally appropriate integrated curriculum*. In Crain H. Hart, D. Burts, & R. Charlesworth(Ed.), *Integrated curriculum and developmentally appropriate practice* (pp.171-199). State University of New York Press.
- Seefeldt, C.(2001). *Social studies for the preschool/ primary child*. Prentice-Hall, Inc.
- Strauss, A. L.(1952). The development and transformation of monetary meanings in the child, *American Sociological Review*, 17, 275- 286.

ABSTRACT

The Effects of the Bazaar Project approach
on Young Children's Basic Economic Concepts
and Consumer Behavior.

Yoon, Jeong Shim

Dept. of Early Childhood Education

The Graduate School of

Sungshin Women's University

The purpose of this study is to investigate the effects of the Bazaar Project approach on young children's basic economic concepts and consumer behavior, and to utilize the outcome of this research in helping teachers to develop better teaching methods.

The following research questions were established for the investigation:

1. What effect does the bazaar project approach have on young children's concept of basic economic concepts?
2. what effect does the bazaar project approach have on the young children's consumer behavior?

In the present study, 66 five-year-olds from Y kindergarten in Nowon

gu, in Seoul were selected experimental and control group. The experiment lasted five weeks, from October 8 to November 7, 2007.

The experimental group participated in the bazaar project approach, while the control group took part in daily life based theme.

The basic economic concept Testing Tool developed by Laney(1995), and translated by Sook Jae Lee & Bang Sil Lee (2002) was used to measure the children's concept of basic economic concept

The consumer behavior Testing Tool developed by Gil-Hee Byun was used to measure the children's consumer behavior.

The data collected were analyzed by using the SPSS program to perform ANCOVA with the prior test results as a covariant.

The results of the present research are follows:

First, the children's concept of basic economic concept improved through participating in Bazaar project approach. The children in the experimental group showed significant growth in 7 sub-areas of basic economic concepts (scarcity/ monetary value/ exchange value/ opportunity cost/ resource & production/ goods & service/ complements & substitutes).

Second, the children's consumer behavior improved through participating in Bazaar project approach. The children in the experimental group showed significant growth in 3 sub- areas of consumer behavior (consumer values/ resource management behavior/ rational purchases behavior/ consumer citizen senses)

부 록

<부록 1> 유아의 경제개념 검사 질문지

<부록 2> 유아의 소비자행동 검사 질문지

<부록 3> 통제 집단 주간교육계획안 예시

<부록 4> 실험 집단 활동 계획안

<부록1> 유아의 경제개념검사질문지

	질문	지시사항
희소성	1. 너는 내가 가지고 싶은 것을 모두 가질 수 있다고 생각하니?	
	2. 왜 내가 가지고 싶은 것을 가질 수 없을까/ 있을까?	
화폐가치	3. 어떤 돈을 더 갖고 싶니? 왜?	실제화폐, 놀이용 화폐를 보여 준다.
	4. 이 돈은 중요할까?	실제 화폐를 지적 한다.
	5. 이 돈은 중요하지 않을까?	놀이용 화폐를 지적 한다.
교환	6. 왜 손님은 가게 주인에게 돈을 주어야 할까?	가게에서 물건을 구입하는 그림을 제시한다. (그림내용: 가게주인은 현금등록기 앞에서 있고, 손님은 쇼핑카트 뒤에서 가게주인에게 돈을 주는 그림)
	7. 거스름돈이 뭔지 아니?	
	8. 왜 가게 주인은 손님에게 거스름돈을 주어야 할까?	
기획비용	9. 넌 지금 100원을 가지고 있다고 생각하자. 갖고 싶은 것을 3개 골라봐. 무슨 문제가 생기지? (지금 네가 다 살 수 있을까?)	유아에게 100원을 준다. 가게에서 살 수 있는 100원 가격의 물건 5가지를 보여준다.(스티커, 지우개, 수첩, 반짝이색종이, 모양집게) 유아가 원하는 것을 고르게 한 후 다른 물건은 치운다.
	10.네가 가진 100원으로 어떤 것을 고르겠니?	9문항에서 선택한 3가지 항목을 이야기한다. 그 물건을 사도록 한다. 물건의 값을 지불하도록 한다 다른 물건보다 왜 그 물건을 선택했는지 말하도록 한다.
	11.만약 네가()대신()을 골랐다면 어떤 것을 사지 못하는 걸까? 왜 그렇게 되는지 이야기 해 줄 수 있니?	9문항에서 선택한 항목들을 하나씩 가리키고, 그 중에서 유아가 원하는 물건을 이야기 한다. 유아가 질문에 답하면 물건의 항목을 치운다.

자 원 과 생 산	12. 빵과 밀가루는 어떻게 다르니?	빵과 밀가루의 그림을 보여 준다.
	13. 어떤 공장 주인이 사과를 가지고 있어. 그 공장 주인은 사과를 가지고 사람들이 좋아하는 것들을 만들 수 있어. 공장 주인이 사과를 가지고 만들 수 있는 것들은 무엇이 있을까? 2가지만 이야기해보자.	사과를 보여준다.
재 화 와 용 역	14. 구두 만드는 사람, 요리사가 하는 일은 어떤 점에서 비슷하지?	구두 만드는 사람, 요리사, 버스운전사, 미용사 그림을 보여 준다.
	15. 버스기사, 미용사가 하는 일은 어떤 점이 비슷하지?	
보 충 과 대 안	16. 어떤 문방구 아저씨에 대한 이야기를 들려줄게, 그 아저씨는 가게에서 연필을 팔고 있는데 이 연필 말고 가게에서 팔 수 있는 것은 어떤 것이 있을까?	연필을 보여 준다.
	17. 문방구 아저씨는 연필이 아주 잘 팔렸는데, 이제 연필을 더 이상 팔 수 없게 되었어. 왜냐하면 연필 공장이 문을 닫아서 더 이상 문방구에 연필을 가져 올 수 없게 되었어. 문방구 아저씨는 이제 연필 대신 어떤 것을 팔 수 있을까?	

<부록2> 유아의 소비자 행동 검사 질문지

	질 문
소 비 가 치 관	1. 멋진(예쁜) 장난감을 친구가 샀어요. 00도 갖고 싶어요. 00는 어떻게 하나요? 1) 00에게 꼭 필요한 것인지 먼저 생각해본다. 2) 00도 사 달라고 한다.
	2. 간식 시간이에요. 손을 깨끗이 씻어야 해요. 00는 어떻게 하나요? 1) 처음부터 끝까지 수돗물을 틀어놓고 씻는다. 2) 대야나 세면대에 물을 받아놓고 씻는다.
	3. 가지고 놀던 장난감이 이제는 싫어졌어요. 00는 어떻게 하나요? 1) 장난감들 속에 그냥 놔둔다. 2) 다른 친구와 바꾸어 논다. 3) 버린다. 4) 필요한 사람에게 준다.
자 원 관 리 행 동	4. 시장에서 아주머니가 과일을 팔고 계셨어요. 00이는 아주머니가 과일을 어디에서 가져왔다고 생각하나요? 1) 아주머니가 기른 것이다. 2) 농부가 기른 것이다. 3) 도매시장에서 사다가 파는 것이다.
	5. 00에게 필요한(갖고 싶은) 물건이 있어요. 00이가 가지고 있는 돈은 부족해서 살수가 없어요. 00는 어떻게 하나요? 1) 항상 필요한 물건을 사기 위해 저축해서 모은 후 나중에 산다. 2) 필요한 물건을 사기 위해 저축해서 모은 후 나중에 산적이 있다. 3) 엄마, 아빠께 사 달라고 요구하여 산다.
	6. 00는 용돈을 어떻게 사용 하나요? (정기적, 수시로, 특별히 생긴 돈 등) 1) 그냥 쓴다. 2) 저금한다. 3) 계획하여 필요한 물건을 사는데 쓴다.
합 리 적	7. 신발을 사러 신발가게에 갔어요. 00는 어떤 신발을 고르나요? 1) 발이 불편해도 예쁜 (멋진) 그림이 있는 신발 2) 발이 편한(아프지 않은) 신발


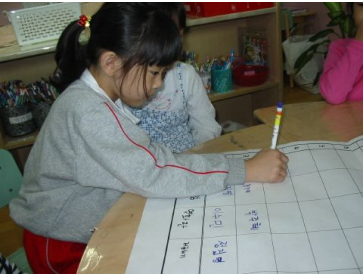
	질 문
합 리 적 구 매 행 동	8.슈퍼에서 과자를 산 후 거스름돈을 받았어요. 00는 어떻게 하나요? 1) 가게 주인이 주는 대로 가져온다. 2) 거스름돈이 맞는지 그 자리에서 확인한다.
	9. 슈퍼에 우유를 사러 갔어요. 00는 무엇을 보고 사나요? 1) 우유가 만들어진 날짜를 확인 한 후 산다. 2) 우유의 그림이나 색깔을 보고 산다. 3) 유통기한을 확인 한 후 산다. 4) 자주 사는 우유니까 산다.
	10. 텔레비전에 나오는 광고를 00는 어떻게 생각하나요? 1) 팔려는 물건에 대해 설명해 주는 것이라고 생각한다. 2) 물건을 더 많이 팔기 위해서 사실보다 훨씬 더 좋은 물건이라고 거짓말 할 수도 있다고 생각한다. 3) 팔려는 물건에 대해 거짓 없이 사실 그대로 만을 알려주는 것이라고 생각한다.
소 비 자 시 민 의 식	11. 장난감 가게에 갔는데, 00 가 좋아하는 장난감이 있었어요. 00는 어떻게 하나요? 1) 장난감을 뜯어서 가지고 논다. 2) 눈으로만 본다.
	12. 만약에 00가 새 장난감을 샀는데 처음부터 부서져있던 장난감이었어요. 00는 어떻게 해야 한다고 생각하나요? 1) 주인에게 바꿔달라고 해야 한다고 생각 한다. 2) 버리고 새로 사면 된다고 생각 한다.
	13. 만약에 처음부터 부서져있던 장난감을 가게 주인이 바꿔주지 않으면 00는 어떻게 해야 한다고 생각하나요? 1) 소비자 보호 단체에 알려야 한다고 생각 한다. 2) 부서진 장난감을 만든 회사에 불만편지를 보내야 한다고 생각한다. 3) 아무에게도 말하지 않고 00만 그 장난감 가게에서 장난감을 사지 않으면 된다고 생각한다. 4) 모르겠다고 한다.



<부록3> 통제 집단 주간교육계획안

날짜	월	화	수	목	금	
생활주제	가을 나뭇잎	나뭇잎 분류하기	가을 곡식과 추수	가을에 피는 꽃	가을 곤충	
목표(개념)	가을 나뭇잎의 변화를 관찰하고 나뭇잎이 변화하는 이유를 알아본다.	가을 나뭇잎을 분류준거에 따라 유목화할 수 있다.	가을 곡식의 종류와 특성을 탐색해보고, 가을이 추수의 계절임을 안다.	가을에만 피는 꽃이 있음을 알고 가을에 피는 꽃의 종류를 알아본다	가을곤충의종 류를 알아보고, 가을 곤충이 내는 소리를 감상한다	
실내 자유 선택 활동	과학	귀뚜라미 탐색하기/ 나뭇잎 ,가을 곡식 관찰하기				
	수 조작	종이 접기: 감, 당근, 가지 접기				
	언어	'라' 자로 시작하는 말				
	조형	정물화: 가을 열매 자세히 관찰하여 그리기				
	쌓기 역할	역할: Red Hen 놀이				
집단 활동	이야 기나 누기	가을 나뭇잎	나뭇잎 분류하기	가을 곡식과 추수	가을에 피는 꽃	가을 곤충
	동화 동시	동화 , 동극 Red Hen	동화: 나뭇잎의 세상여행		동시짓기 바스락 부시럭	샤샤 한글 훅 훅
	노래	Red Hen		밀과 보리가 자란다.		귀뚜라미 우는 밤
	신체 표현		나뭇잎 날리기			

날짜	월	화	수	목	금	
생활주제	세계 여러나라 글자	한글날	영어란?	자음과 모음	소리와 모양을 나타내는 글자	
목표(개념)	세계 여러나라 글자에 관심을 가져요.	한글에 대한 고마움을 가지 고 우리 주변 에서 글자를 찾고 글자에 관심을 가진다.	영어에 관심을 가진다.	자음과 모음이 나는 소리를 알 수 있다.	의성어와 의태 어에 관심을 가진다.	
실내 자유 선택 활동	과학	실험: 꼬마전구 글자놀이				
	수 조작	바둑판, 책을 읽고 퍼즐 맞추기, 글자 바느질				
	언어	동화 '기차 ㄱ, ㄴ, ㄷ'을 보고 나만의 단어 사전 만들기/ 사랑해' 여러 나라 글자로 표현하기				
	조형	문자도 감상하기, 문자도 만들기				
	쌓기 역할	역할놀이: 도서관 놀이/ 쌓기: 블록 작품 사진전				
집단 활동	이야 기나 누기	다른 나라 글 자가 궁금해	한글이란?	여러 나라 글 자를 써볼 수 있어	자음과 모음이란?	소리와 모양을 나타내는 글
	동화 동시	영어동화 if	기차 ㄱ ㄴ ㄷ (power point 동화)			곰사냥을 떠나 자 (power point 동화)
	노래	주님을 따라				동물 농장
	신체 표현			알파벳 파스타 샐러	과학실험: 전 구에 불이 켜 지려면	



<부록 4> 실험 집단 바자회 프로젝트 활동 계획안

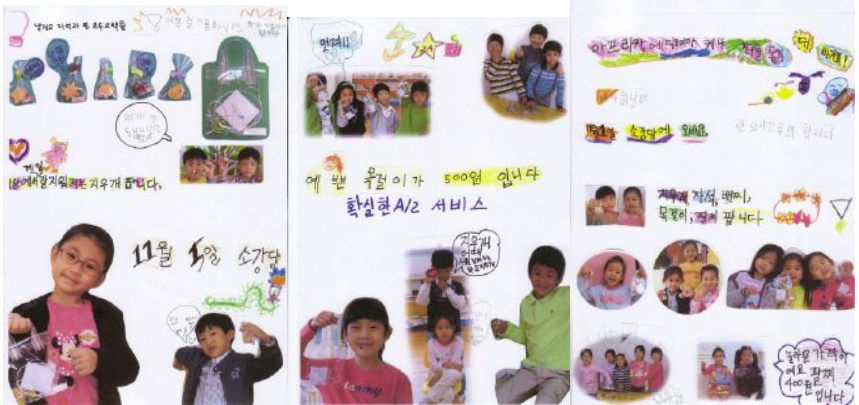
경제교육영역		돈의 이용과 관리	소비자행동 영역	소비가치관
활동명	도움이 필요한 세계 여러 나라 친구들			
활동 목표	1. 세계 여러 나라 친구들 중 우리의 도움이 필요한 나라 친구들에게 도움이 될 수 있는 방법을 생각해본다. 2. 돈의 가치와 소중함에 대해 안다.			
연계 활동	어떻게 하면 도움이 필요한 세계 여러 나라 친구들을 도울 수 있을까? 주제망 짜기 경제적으로 어려운 세계 여러 나라에 대한 자료 모으기 및 질문목록 만들기			
활동자료	도움이 필요한 세계 여러 나라 친구들 파워포인트 이야기 나누기 자료			
활동 내용	도입	우리가 알고있는 세계 여러 나라의 이름을 이야기 해본다. 아프리카, 잠비아, 인도네시아, 케냐, 가나 등의 나라 이름을 들어 본 경험을 이야기 나눈다.		
	전개	<ul style="list-style-type: none"> - 도움이 필요한 세계 여러 나라 친구들의 동영상과 사진 자료를 본다.  <ul style="list-style-type: none"> - 우리가 어떤 방법으로 이 친구들을 도울 수 있는지 이야기 나눈다. - 우리 나라의 자원이 풍부함을 알고, 감사한 마음을 가진다. 		
	마무리	 <p>유아들과 함께 도움이 필요한 세계 여러 나라 친구들을 도울 방법을 토의해 보고, 바자회 때 어떤 것들을 할지 정해본다(그래프 활동).</p>		







경제교육영역		돈의 이용과 관리	소비자행동 영역	소비가치관
활동명	목걸이, 배지, 메모자석 만들기			
활동 목표	<p>상품의 원료에 대해 생각해본다.</p> <p>물건의 생산과정을 이해한다.</p> <p>구입한 물건에 대해 수리 및 보상 받을 권리가 있음을 이해한다.</p>			
연계 활동				
활동 자료	여러 가지 모양의 펀던트,금줄, 은줄,배지, 자석, 포장지, 빵끈			
활동 내용	도입	<p>유아들이 의논하여 정한 바자회 판매 상품의 재료를 하나씩 살펴본다.</p> <p>우리가 사용하는 물건들이 만들어 지는 경로에 대해 생각해본다.</p> <p>실제 상점에서 판매하는 상품 안에 상품 소개서 및 상품보증서등에 대해서 알아본다.</p>		
	전개	<p>바자회 때 판매할 상품을 만들고, 상품 보증서에 제조원, 주소,전화, A/S 기간 등을 표기한 후, 포장한다.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>		
	마무리	<p>바자회 때 판매할 물건 가격 정하기 (재료들의 원가를 생각한 후, 적절한 가격을 정해보도록 한다.)</p>		

경제교육영역		자원과 생산	소비자행동 영역	자원관리행동
활동명	지우개 만들기			
활동 목표	<p>칼라믹스를 삶기 전 후의 변화를 예측하고, 관찰해본다.</p> <p>상품의 원료에 대해서 생각해본다.</p> <p>물건을 만든 사람에게 감사한 마음을 가진다.</p>			
활동 자료	칼라점토, 버너, 실험 순서지			
활동 내용	도 입	<p>상품의 원료와 상품에 대해 생각해본다.</p> <p>상품을 만드는 과정 중에 어렵고, 위험한 과정들도 있음을 알고, 물건을 만든 사람에게 감사한 마음을 가진다.</p> <p>지우개를 삶는 과정에 주의해야 하는 것을 생각한다.</p>		
	전 개	<p>칼라믹스로 여러 가지 모양을 만든다.</p> <p>칼라믹스를 물에 삶기전 관찰해보고, 삶고 난 후 예측해본다.</p> <p>끓는 물에 삶으면서 변화를 관찰한다.</p>		
	마 무 리	<p>다 만들어진 지우개는 제조사와 전화,주소 등을 표기하고 포장한다.</p>		



경제교육영역	물건 구매 및 관리	소비자행동 영역	합리적 구매행동
활동명	광고모델 되어보기		
활동목표	다양한 직업의 종류 및 하는 일 알기, 광고의 기능 이해하기		
연계활동	광고 문구 만들어보기, 광고지 만들기		
활동자료	여러 가지 전단지		
활동 내용 개	도 입	<p>물건을 더 잘 팔리게 하기 위한 방법을 생각해본다.</p> <p>광고의 기능과 역할에 대해서 이야기 나눈다.</p> <p>광고 모델의 역할에 대해 생각해본다.</p> <p>광고 모델 경험이 있는 실험집단의 유아의 경험을 들어보고, 친구들이 궁금한 것들을 질문하고 답하는 시간을 가져본다.</p>	
	전 개	<p>광고지의 광고모델을 관찰해본다.</p>  <p>내가 광고모델이 되어 다양한 포즈를 취해보고 우리가 만든 상품을 들고 사진촬영을해본다.</p> 	
	마 무 리	<p>광고 모델이 되어본 느낌 이야기 해보기.</p> <p>오늘 찍은 광고 사진으로 광고지 만들 것 이야기한다.</p>	

경제교육영역	물건 구매 및 관리	소비자교육영역	합리적 구매행동
활동명	광고 전단지 만들기		
활동목표	광고의 목적과 기능 알기 꼭 필요한 것만 구입하는 태도 기르기		
연계활동	동생반에 홍보활동하기		
활동자료	광고모델이 되어 찍은 사진, 종이, 색연필, 싸인펜		
활동 내용	도 입	우리가 광고모델이 되어 찍은 사진 보기 여러 전단에 있는 광고 문구 살펴보기 우리상품을 판매할 전단에 어떤 문구를 넣으면 좋을지 생각해 본 후, 이야기해본다.	
	전 개	여러 광고지를 보면서 사진과 문구를 어떻게 배열하면 좋을지 생각해 본 후 광고지를 만든다. - 완성된 광고 전단지 - 	
	마 무 리	광고 전단을 만들면서 어떤 마음이 들었는지 이야기해보기 상품을 많이 팔아야 하기 때문에 조금 과장되게 선전할 수 있다. 우리도 광고를 보면서 어떤 생각을 가지고 봐야 하는지 생각해보고, 이야기 나눈다.	



경제교육영역	직업과 일	소비자교육영역	
활동명	누가 밀알을 심었을까 동극 및 영화 찍기		
활동목표	<ol style="list-style-type: none"> 1. 밀이 되기까지의 과정을 안다. 2. 상품의 원료에 대해서 생각해본다. 3. 영화관을 준비하기 위해 필요한 것들을 생각해본다. 		
연계활동	과자 만들기		
활동자료	누가 밀알을 심었을까 용판 동화, 동극자료, 영화소품,		
활동 내용	도 입	누가 밀알을 심었을까 동화를 듣는다. 밀이 빵이 되기까지의 과정에 대해서 알아본다.	
	동 내 용	<p><첫째 날> 동극 누가 밀알을 심었을까? 동극하기</p>    <p><둘째 날> 영화 찍기 -영화감독, 스크립터, 조명, 소품담당</p>   	









배우들의 모습과 마지막 장면의 영화 배경 꾸미기, 메이크업 아티스트 분장







마
무
리
영화 찍은 것 보면서 느낀점 이야기 하기
영화관을 하기 위해 더 필요한 것은 무엇일지 생각해보고 이야기 나누
다. - 영화표, 영화포스터등





경제교육영역	물건 구매 및 관리	소비자행동 영역	합리적 구매행동
활동명	영화 포스터 만들기		
활동목표	광고의 목적과 기능 알기		
연계활동			
활동자료	여러 가지 영화의 포스터, 배우들 사진, 도화지, 사인펜등		
활동 내용	도 입	<p>영화를 알리기 위해 어떤 것들이 필요한지 이야기 나눈다. 다양한 영화 포스터를 보면서 어떤 내용들이 담겨있는지 알아본다. 우리 영화 포스터를 어떻게 만들 것 인지 의논한다.</p>	
	전 개	<p>1. 다양한 영화포스터 보면서 이야기 나누기 이야기 나누면서 등장인물사진이 필요하여 배우들 사진촬영에 들어감 2.. 영화배우 사진 촬영하기 3. 영화포스터 만들기</p>	
	용	 	
마 무 리	<p>기존의 영화 포스터와 우리가 만든 영화 포스터 보면서 느낀점 이야기 나눈다. 어디에 붙여야 많은 사람들이 볼 수 있을지 생각해본다.</p>		

경제교육영역	직업과 일	소비자행동 영역	소비 가치관
활동명	영화 티켓 만들고, 영화 티켓 값 정하기		
활동목표	재화와 용역의 개념을 안다 돈과 노동의 관계를 이해한다.		
연계활동			
활동자료	영화표를 디자인해보아요. Worksheet. 여러 가지 영화 티켓 사진		
활동 내용	도 입	우리가 만든 상품(지우개, 목걸이)를 판매하는 것과 영화를 찍어서 상영하는 것의 차이점 알아보기(재화와 용역의 개념) 여러 가지 모양의 영화 티켓을 본 후, 티켓에는 어떤 내용들 들어가야 하는지 알아보고, 가격을 정한다.	
	전 개	1. 선생님 친구들과 나눈 이야기들을 생각하면서 영화 티켓을 디자인해본다.  2. 친구들이 디자인한 영화티켓을 본 후, 우리 영화와 가장 잘 맞는 디자인을 의논하여 선택한다. <티켓 그림사진> 	
	마 무 리	친구들과 선택한 티켓 3종류를 복사하여 다같이 색칠등을 하여 꾸며본다.	

경제교육영역	자원과 생산	소비자행동 영역	합리적 구매행동
활동명	과자 만들기		
활동목표	1. 유통기한의 의미를 안다. 2. 가공식품의 제조일자와 유통기간, 성분표시등을 확인하도록 한다. 3. 밀가루가 과자가 되는 과정에서 일어나는 변화를 관찰한다		
연계활동	밀과 보리가 자라네 율동		
활동자료	과자 재료(밀가루, 밀대, 초코렛, 버터, 계란, 핫케익가루,설탕) , 미니 오븐		
활동 내용	도입	- 누가 밀알을 심었을까 동화에서 나온 밀을 가지고 만들 수 있는 것들을 이야기 한다. - 과자가 만들어 지는 과정에 대해 이야기를 나눈다. - 먹는 음식에는 유통기한이 있음을 이야기 나눈다.	
	전개	1. 요리하기 활동(과자 만들기)을 한다.   2. 오븐에 구운 과자를 포장하고, 제조원과 성분, 유통기한등을 적는다.  	
	마무리	과자 만들기 과정을 통해 배운 점을 이야기 나눈다. 원재료와 만든 과정 등을 생각해 과자의 가격을 정해본다.	

경제교육영역	자원과 생산	소비자행동 영역	자원 관리 행동
활동명	자원의 절약과 재활용 (벼룩시장 코너 준비)		
활동목표	1. 물건의 재활용 해야 하는 이유를 생각해본다. 2. 자기에게 필요 없는 물건은 필요한 사람에게 주거나 서로 바꾸어 사용하는 경험을 가진다.		
연계활동			
활동자료	가정에서 가지고 온 여러가지 물건들, 도화지, 사인펜		
활동내용	도입	- 자원의 한정성에 대해 생각해 본다. (석유, 석탄등) - 우리 주변에서 물건을 재활용할 수 있는 방법들을 생각해본다	
	전개	1.우리집에서 작아져서 못쓰는 것이나 사용하지 않는 것들을 가져오기로 한다.  2.가지고 온 물건들의 가격을 정해본다.(살 때 가격은 얼마였는지, 사용기간은 얼마인지등 고려) 	
	마무리	집에서도 할 수 있는 자원 절약, 재활용 방법 등을 실천해 본다.	

활동명	올바른 판매자의 행동과 올바른 소비자의 행동	
활동목표	1.올바른 판매자의 행동을 알아 소비자로서의 권리를 안다. 2.물건을 살 때 예의를 지킬 줄 안다. 3. 충동적인 구매가 아니라 계획적인 구매를 해야 함을 안다.	
연계활동		
활동자료	인터넷 사이트: www.childedu.net -> 제목: shopping	
활동 내용	도 입	<ul style="list-style-type: none"> - 물건을 샀을 때 판매한 사람에서 불이익을 당한 경우에 대해서 이야기를 나눈다. - 물건을 계획하고 살 때와 그렇지 않을 때 상황을 비교해 생각해 본다.
	전 개	<p>1. 인터넷 화면을 통해서 바람직 하지 못한 쇼핑을 하는 구매자 이야기를 듣는다.</p>  <p>2.올바른 판매자와 올바른 소비자의 행동을 토의해보고 정리하여본다</p> 
	마 무 리	정리한 표를 보면서 바자회 때 판매자로서 어떤 행동을 가져야 할 지 생각해본다.

경제교육영역	돈의 이용과 관리	소비자행동 영역	합리적 구매행동
활동명	문방구 놀이(역할 놀이)		
활동목표	1.돈의 교환 가치를 이해한다. 2.돈의 종류 및 모양을 변별해 본다. 3. 물건의 가격을 알고 돈을 지불해본다.		
연계활동			
활동자료	가위, 풀, 수수깡, 색종이, A4 용지, 놀이화폐(100원, 500원, 1,000원),장바구니		
활동 내용	도입	문방구에서 판매하는 것들을 알아본다. 문방구에서 물건을 사본 경험을 이야기한다.	
	전개	1.역할 놀이에 비치할 상품들과 놀이화폐를 소개한다. 2.각 코너별로 상품을 판매할 사람을 정하고 구매자의 역할을 정한다   3.놀이 후, 매출 금액을 알아보고 가장 많이 판매한 유아와 가장 적게 판매한 유아의 상점을 이용한 구매자들의 이야기를 들어본다.  	
	마무리	바자회 때 어떻게 판매를 해야 많이 팔릴 수 있는지 토의한다.	

2007년 11월 6일 화요일

<바자회 전달> 바자회 홍보와 바자회 준비

- 각자 맡은 역할에 따라 바자회를 준비한다
- 계획적 구매 할 수 있도록 홍보한다.
- 유아들이 협동하면서 준비한다.

<이야기 나누기>

1. 바자회를 위해 준비해야 할 것들을 이야기 나눈다.

동생반에 바자회의 취지 설명등의 홍보활동, 위치 알리기 위한 위치표시 만들기, 바자회 장소에 판매할 상품 전시 및 계산대등 책상 세팅 하기.

2. 역할을 분담하여 협동하며 바자회 준비를 한다.

1.바자회의 취지와 일정에 대해서 구매자인 동생반에 직접 전단지를 가져가서 홍보한다.



2. 포스터를 붙이고 화살표를 붙여 바자회 장소를 알린다.





3. 계산대 세팅을 위해 가격표, 위치를 알려주는 삼각대등을 만든다.



4. 바자회 장소를 세팅한다.



2007년 11월 7일 수요일	
활동명	도움이 필요한 세계 여러 나라 어린이 돕기 바자회
활동목표	<ul style="list-style-type: none"> - 물건의 가격을 알고 돈을 지불한다. - 거스름돈을 잘 거슬러 준다. - 물건을 팔 때 살 때 예의를 지킨다. - 친구들과 협동하여 바자회를 진행한다.

	<p>9:30 ~ 등원 및 이야기 나누기</p> <p>전날 맡은 역할에 따라 만든 역할 목걸이를 하고, 각자 자신이 맡은 역할에 따라 바자회를 한다.</p> <p>10:00 - 10:30 영아반 두반 (영화관-> 바자회 장소)</p> <p>10:35 - 11:05 유아반 두반 (영화관-> 바자회 장소)</p> <p>11:10 - 11:40 유아반 한반(영화관-> 바자회 장소)</p> <p>11:40 -12:10 실험집단 유아끼리 사고 팔기</p>
활	12:10- 1:00 점심 식사
	1:00 - 1:20 평가
동	1:20 - 귀가 지도
	<간 판>
내 용	 

< 영화관에서 영화 상영 모습 >

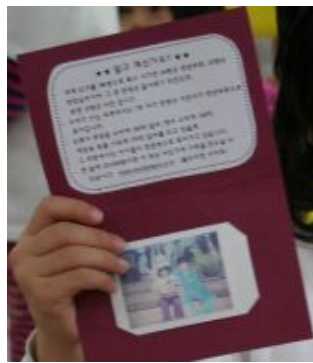


< 영화 관람 후 바자회 장소에서 물건을 구매하는 모습 >



계산대에서 동생반이 고른 물건을 계산하고, 영수증을 적는 모습

< 사진관 >



사진관 촬영 전 페이스페인팅을 원하는 동생반에 해주고 있는 모습
페이스 페인팅 후에는 즉석 카메라로 사진을 찍은 후 사진 카드에 꽃
아 완성한다.

< 문방구, 팬시점 >




< 과자점 >



< 올바른 구매자와 판매자에 대한 글과 도움을 줄 세계 여러 나라 친구들의 사진 전시 >



2007년 11월 8일 목요일	
활동명	바자회 사후활동 (수익금을 가지고 할 수 있는 것)
활동목표	<ul style="list-style-type: none"> - 계획적인 구매를 경험한다. - 물건 구매 시 물건의 기능,종류, 성능등을 파악하는 경험을 가진다. - 돈의 귀중함을 안다. - 카드의 기능과 사용법을 안다. - 인터넷 쇼핑물(on-line 시장)과 시장(off-line 시장)을 비교해본다

<p>9:30 - 10:00</p> <p>바자회 수익금이 어느 정도일지 예상해본다. 바자회 수익금으로 보낼 수 있는 선물의 종류를 이야기 하고, 어떤 선물을 보내면 좋을지 토의한다.</p> <p>토의 후, 놀이시간에 자신이 보내고 싶은 선물에 투표한다.</p> <p><언어 영역> 아프리카 친구들에게 편지 쓰기</p> <p><수 영역> 수익금 계산하기</p> <p><미술 영역> 아프리카 친구들에게 쓸 편지지 만들기</p> <p>10:00- 11:40</p> <p>아프리카 친구들에게 보낼 선물을 투표하는 모습</p>	<p>활 동 내 용</p>	
---	----------------------------	---

수> 수익금을 계산하고 있는 유아



< 언어, 미술 > 편지쓰기 활동



11:40 -12:10

< 보낼 선물 알아보고, 인터넷 쇼핑몰에서 선택하여 결제하기 >



유아들이 토의 한 후, 보내고 싶은 선물의 명단을 알아보고 있는 모습



www.gifts.or.kr

- 월드비전 희망의 선물 사이트를 접속해 선물의 종류와 개수를 체크하고, 신용카드를 이용해 결제해본다.
- 신용카드와 현금결제의 같은점과 다른점을 알아본다.
- 인터넷 쇼핑몰(on-line 시장)과 시장, 마트(off-line 시장)의 같은점과 다른점을 생각해본다.

