

# 환경문제에 대한 소비자의 의식과 행동에 관한 연구

— 광주시 여대생을 중심으로 —

## A Study on the Consumer Consciousness and Behavior on Environmental Problems

— A Survey of College Women Students in Kwangju —

목포대학교 자연과학대학

조 교 : 魯 采 瑛

*College of Natural Science*

*Mokpo National University*

*Assistant Teacher : Chae Young Ro*

전남대학교 사범대학 가정교육과

부교수 : 申 滄 植

*Dept. of Home Economics Education,*

*Chungnam National University*

*Associate Prof. : Myo Shick-Shin*

목포대학교 자연과학대학

부교수 : 曹 惠 晶

*Dept. of Home Management*

*Mok-po National University*

*Associate Prof. : Hae Jung Joe*

### — 목 차 —

I. 서 론

1. 문제의 제기
2. 용어의 정의

II. 이론적 배경

1. 환경문제에 대한 소비자의식
2. 환경문제에 대한 소비자행동
3. 관련연구의 고찰

III. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

2. 연구방법 및 절차

IV. 연구결과 및 해석

1. 조사대상자의 일반적 특성
2. 환경문제에 대한 소비자의식
3. 환경문제에 대한 소비자행동
4. 환경문제에 대한 소비자행동의 회귀분석

V. 결론 및 제언

참고문헌

### = ABSTRACT =

The purpose of this study is to measure the overall level of consumer consciousness and behavior environmental problems of college women students and to analyze influential factors. Five hundred and sixteen college women students were selected randomly, in Kwa-

ngju area.

The methods of data analysis were Frequency Distribution, Mean, Percentile, One way ANOVA, Scheffé test, Pearson's Correlation, and Stepwise Multiple Regression Analysis.

Major finding are as follows :

1) The consumer consciousness and behavior an enviromental problems of college women students showed significant differences according to the grade, age, major, socio economic status, consumer education experience environmental problems, and frequencies of contacting mass media.

2) The consumer behavior on environmental problems of college women students had a positive relationship with consumer consciousness on environmental problems.

Based on the above findings, this study suggests the followings :

First, The consumer education as a formal program is needed for the improvement of the consumer consciousness and behavior of college women students.

Second, The content of the consumer education must emphasize more clearly the consumer rights in order to improve consumer's consciousness and behavior of enviromental problems.

Third, mass media of TV, radio, newspaper, magazine must be more active publicity and instruction in order to improve consumer's consciousness and behavior on environmental problems.

## I. 서 론

### 1. 문제의 제기

현대사회는 인구증가, 도시화 및 산업화에 따른 재화와 용역의 급속한 소비량확대로 자원고갈, 에너지부족, 공해등 환경문제의 심각성은 날로 더해가고 있다. 그러므로 소비자는 자신의 소비행동이 환경에 미치는 영향에 의식하게 되었으며 환경과피 및 천연자원 보존에 대한 관심이 증대되었다. 국제소비자연맹(International Organization of Consumer Unions)에서는 소비자의 7대권리중 '쾌적한 환경에서 살 권리'를 강조하였다. 이는 모든 인간의 소비자로서 마땅히 지켜야 할 권리이면서 의무이기도 하다.

현재 정부에서는 대중매체와 인쇄물등을 통해서 소비자들에게 환경보존에 관한 정보제공 방안을 마련하고 있기는 하지만 구체적인 대처방안을 설정하지는 못하고 있는 실정이다. 환경문제를 해결하기 위해서 정부는 환경을 오염시키는 제품의

생산을 다소 규제할 수 있다고 하지만, 그에 따르는 모든 비용을 고려해야 하기 때문에 오염가능제품의 생산을 완전히 규제할 수는 없다. 따라서 소비자의식의 변화를 통한 합리적인 소비행동으로 불충분한 생산규제를 보완할 수 있을 뿐만아니라 그 비용을 줄일 수도 있을 것이다(서정희, 1986 : 2).

Herrmann(1982)의 연구에 의하면 미국에서는 소비자교육측면에서 제품사용에 관한 교육을 소홀히 한 결과, 소비와 처분이 환경에 미치는 해로운 영향을 고려하지 못하였다고 한다. 그러므로 소비자의 상품선택 및 소비과정에서 발생될 수 있는 환경문제에 관한 소비자교육을 체계적으로 실시함으로써 환경보존에 기여할 수 있다.

환경보존을 위해서는 정부의 강력한 정책과 기업의 윤리도 중요하지만 무엇보다도 소비자의 사회인식과 그에 따르는 책임있는 행동이 요구된다. 따라서 소비자의식의 변화를 통해 불합리한 소비행동을 수정해야 하며, 효율적인 소비자교육을

위해서는 우선 환경문제에 대한 소비자의 의식과 행동의 실태를 파악하는 일이 시급하다.

지금까지의 소비자행동연구는 주로 주부를 대상으로 하고 있으며, 미래의 주부가 될 여대생을 대상으로 한 연구가 거의 없는 실정이다. 이러한 점에서 착안해 볼때 여대생의 환경문제에 대한 소비자의 의식과 행동의 관련변인을 분석하는 것은 의의있는 일이다. 그러므로 본 연구에서는 여대생의 환경문제에 대한 소비자의 의식 및 행동의 실태를 파악하고 관련변인을 분석함으로써, 소비부문에서 환경문제의 개선에 기여하고 환경문제 측면에서의 소비자교육정책과 프로그램개발을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

따라서, 본 연구는 환경문제의 대한 소비자의 의식 및 행동의 실태와 이에 영향을 미치는 관련변인을 알아보고, 환경문제에 대한 소비자행동에 영향을 미치는 관련변인들의 독립적인 영향력을 파악하는데 목적이 있다.

## 2. 용어의 정의

1) 환경(Environment) : 자연의 상태인 자연환경과 일상생활과 밀접한 관계가 있는 생활환경으로 대별할 수 있다.

2) 환경문제(Environmental problems) : 인간활동에 의해 발생하는 각종 폐기물이 그대로 배출되어 그 폐기물로부터의 각종 부작용이 환경을 파괴하여 문제를 일으키는 것을 말한다.

본 연구에서의 '환경'은 자연환경을 의미하며 환경오염은 수질오염, 대기오염, 식품오염, 토양오염, 소음공해, 가정의 쓰레기, 산업폐기물등이 그 주종을 이룬다(강영호, 1987).

## II. 이론적 배경

### 1. 환경문제에 대한 소비자의식

의식이란 자신의 느낌, 생각 또는 행동에서 깨우쳐지는 일이라는 개념으로 인간의 사태, 제도, 사상, 가치현상과 같은 심리적인 대상에 대하여 방향이 결정되는 감정적인 색조인 태도이며, 이는

생물체의 외부에서 관찰할 수 있는 활동을 뜻하는 행동이라는 개념과 구분되는 것이다(남은주, 1982 : 2).

소비자의식의 변화는 지식이나 기능과는 달리 공식교육프로그램이 아니더라도 대중매체나 인쇄물을 통한 홍보 활동으로도 비교적 접근이 용이하다는 장점이 있다. 박운아(1988)는 소비자가 스스로 주권의식을 가지고 주어진 권익을 옹호하여 산업활동에 대해서 비판하고 결함상품, 유해상품 및 기업공해등에 대해서 감시자역할을 하여 기업과 정부가 그 사회적 책임을 수행하도록 촉구하는 노력을 기울여야 한다고 보았으며, 인간은 보다 잘 살기 위해 생산기술의 발달과 배분의 공평화에 따른 대중에 소득수준의 향상과 소비수준의 향상을 가져 왔으나, 반면에 공해문제, 물가문제, 인간소비외현상등의 악영향이 크게 부상되었다고 기술하고 있다. 사회가 풍요해질수록 물질선호에서 생활의 질적인 면으로 관심이 이동하게 되고, 환경문제에 더욱 관심을 갖게 되므로 소비자는 욕구와 선택 사이에서 갈등을 겪게된다.

이항자(1984)는 우리나라 도시주부의 컨슈머리즘의식 및 태도에 관한 연구에서 소비자운동의 중심과제는 소비자운동을 사회운동으로 전개하는 일이며, 소비자가 그들의 경제사회에 있어서 지위와 기능을 자각하고 소비자정신을 의식하여 스스로의 권익을 옹호하기 위해 조직적인 운동을 전개하는데 있다고 지적한 바 있다. 즉, 상품구매 당사자간에 발생하는 문제에만 국한하지 않고 특정소비자의 욕구를 충족시켜 주는 제품이 환경오염이나 자원고갈을 초래하며, 이것이 사회전체의 부적효과를 가져온다는 일련의 사실을 감안한 폭넓은 생활자우선의 내용으로 확대되고 있다(황인창, 1990 : 6).

이와같이 대중소비사회의 물질주의적 가치는 환경문제를 야기시켜 결과적으로 생활의 질을 크게 저하시키고 장기적으로는 인류의 생존을 위태롭게 한다는 데에 문제가 있으며, 이러한 관점에서 볼때 환경문제에 대한 소비자의 새로운 가치가 요구된다.

Henion(1972)은 환경을 의식하는 소비자는 특

정제품이나 용역의 구매, 소유, 사용 및 처분시에 환경에 미치는 영향에 대하여 의식적이고 일관성 있는 관심을 가지고 자신의 가치, 태도, 의식 및 행동에 반영시키는 사람으로 정의하였다. 서정희(1986)는 환경문제측면에서 본 소비자행동연구에서 선행연구를 종합하여 '환경문제를 의식하는 소비자'를 재화와 용역의 소비과정에서 사회와 환경에 미치는 해로운 영향을 인식하고 개인의 욕구와 사회의 복지까지도 함께 고려하는 소비자라고 정의하였다.

따라서, 의식있는 소비자는 사회나 환경의 복지를 증진시키기 위하여 자신의 사적소비가 초래할 수 있는 공적결과를 염두에 두고 사회의 변화를 야기할 수 있도록 자신의 구매력을 조절하며 선택의 상황에서 자원의 희소성과 환경문제를 의식하는 소비자라고 할 수 있다.

## 2. 환경문제에 대한 소비자행동

Stampfl(1978)은 시대의 변천과 소비자 가치지향에 대한 태도변화를 다음과 같이 기술하고 산업사회의 소비자가치는 후기산업사회로 접어들어 미래사회유지에 바람직한 소비자의 가치로 대체되어야 한다고 지적하고 있다.

첫째, 산업화시대의 소비자(industrial-age consumers)이다. 물질적 소유와 편리함을 강조하고 자신의 소비가 사회와 환경에 미치는 영향을 거의 고려하지 않는 소비자이다.

둘째, 전환기의 소비자(transitional-age consumers)이다. 산업화시대의 시장기제에 의하여 조장된 욕구를 갖고 사회와 환경문제도 함께 고려해야 한다는 의무감사이에서 갈등을 겪는 소비자이다.

셋째, 후기산업화시대의 소비자(postindustrial-age consumers)이다. 자신의 소비생활에 관하여 사회와 환경에 미치는 영향을 인식하며 효율적이고 책임있는 소비를 지향하는 소비자이다.

결국 산업사회의 소비자보다도 후기산업사회시대의 소비자들이 산업화 초기단계의 사고로 물질적 소유와 편리함을 강조하고 자신의 소비행동이 환경에 미치는 영향을 전혀 고려하지 않는다

(정선용, 1989:21)는 것은 여러가지 문제를 야기시킬 수 있다. 후기산업사회로의 이전은 인간의 욕구변화와 정치, 경제, 사회, 환경적 제조건의 변화로 인하여 평등과 균형의 가치가 지배적이게 되고 이 시대 소비자의 주요관심사는 효율적이고 책임있는 소비행동이 된다. 소비자는 자신의 만족을 증시시키기 위해서는 사회적으로 바람직한 소비행동을 해야 하며 소비자로서의 역할을 효율적으로 수행해야 한다.

백경미(1987)는 소비자의 에너지 소비절약의 관련요인에 대한 연구에서 소비자들의 에너지소비절약은 물질적인 특성의 제약에도 불구하고 소비절약행동을 통해서 에너지 소비를 줄일 수 있다고 하였다. 그러므로 에너지소비절약을 위해서는 효율적인 에너지 사용을 위한 기술개발 뿐 아니라 소비자들의 에너지 소비절약행동이 요구된다. 이제까지는 소비절약의 필요성이 주로 경제적인 측면인 금전절약동기로서 주창되었으나, 점차 자원고갈을 방지하고 미래의 에너지 공급을 위해 현재의 에너지 소비절약이 필요하다는 생태학적인 측면인 환경과 인간의 조화된 삶을 위한 에너지 소비절약이 강조되고 있다.

Weigel과 Weigel(1978)은 환경문제에 대한 소비자의 의식과 행동이 매우 높은 상관을 보인다고 밝혔다. 황인창(1990)은 생태적 위기와 조화를 이루도록 개인의 소비를 규제하기 위해서는 우선 인류의 생존이라는 폭넓은 생태적 목표와 일치하는 소비를 확인할 필요가 있으며, 책임있는 소비행동은 생태적 위기에 의해 제약된다고 하였다.

환경문제는 대량소비사회에서 기인한 것이며, 문제의 해결도 환경문제를 인식하고 환경의 파괴가 이루어지지 않도록 제품을 구매, 사용, 처리하는 소비행동, 다시말하면, 환경문제를 의식한 환경보존 측면에서의 소비자행동에서 찾지 않으면 안된다.

## 3. 관련연구의 고찰

이기춘(1974)은 소비자의식수준은 학력과 소득에 따라 차이가 있으며, 경제수준이 높은 주부가 낮은 집단의 주부보다 소비자 의식수준이 높다고

발표하였다. 남은수(1982)는 도시주부의 소비자 의식은 학력이 가장 큰 요인으로 나타났고 학력이 높을수록, 연령이 낮을수록, 건전한 소비자 의식을 갖는다는 결론을 얻었다. 최남숙(1984)은 주부의 에너지소비절약의식 및 행동을 연구하였는데 주부의 교육수준, 가계소득이 높을수록 에너지소비절약의식이 높은 것으로 나타났으며, 주부의 교육수준이 높을수록 에너지소비절약행동의 수행수준이 높아지는 경향을 보였다. Morrison과 Gladhart(1976)의 에너지 문제의 실재에 대한 신념 연구에서 사회 경제적 지위와 강한 관련이 있는 것으로 보고하였다. 또 환경문제의식수준이 높을수록 에너지를 더욱 절약하였는데, 환경문제의식은 교육수준, 직업지위등과 관련있으므로 사회경제적 지위가 높을수록 에너지를 더욱 절약한다고 하였다. Anderson과 Cunningham(1972)는 소비자의 사회의식을 사회경제적 지위, 가장의 직업, 연령 및 사회심리적 변인을 가장 영향력 있는 변인으로 채택하였다. Tognacci, Weigel, Wideen과 Vernon(1972)는 환경문제에 관한 관심의 정도는 연령과 부적으로 관련되고, 사회적 지위와 교육에 정적으로 관련된다고 지적하였다.

요약하면, 사회인구학적 변인의 측면에서 볼때 환경문제에 대한 소비자의 의식과 행동에 있어서 대체로 연령이 낮을수록, 사회경제적 지위가 높을수록 영향력 있는 것으로 나타났지만, 사회인구학적 변인이 환경문제에 대한 소비자의 의식과 행동의 특성을 확인하는데 무의미한 경우도 있어서 이에 대한 더 많았은 검증이 필요하다고 본다.

박혜경(1986)은 소비자로서 하여금 현재의 환경에 놓여있는 여러가지 문제들을 수습할 수 있는 능력을 향상시키고 변화에 영향을 주는 시민으로서의 참여를 강화하기 위해서는 소비자를 교육시켜야 하며, 그 기본원칙은 경제적, 사회적, 정치적, 생태학적인 영향을 포함하여 소비자에게 영향을 주는 다양한 환경에서 소비자역할을 고려해야 한다고 강조하였다.

소비자교육의 궁극목표는 소비자행동의 개선에 있고, 소비자행동의 결정요인을 변화시킴으로써 근본적인 개선이 가능하다. 그러므로 소비자정책

및 소비자교육프로그램이 효과적으로 실행되기 위해서는 먼저 소비자행동에 영향을 미치는 요인에 대한 명확한 이해가 이루어져야 하며 공식교육과정을 통해서는 물론, 홍보 및 강연회를 통해서 이루어져야 한다. 또, 전체적인 영역에서의 이해를 위한 통합적이고 체계적인 소비자교육프로그램의 개발이 요구된다.

소비자사회화의 작용요인으로 부모, 동료, 학교, 대중매체를 들 수 있고(Ward, Scott, 1974), 그 중 대중매체는 오늘날 가장 많이 접할 수 있는 것으로 TV, 라디오, 신문, 잡지등이 있다. 이들 매체의 접촉빈도 혹은 노출정도와 소비자행동과의 직접적인 관계를 연구한 것은 거의 없고 광고와의 접촉빈도를 연구한 몇몇 논문이 전부이다. 대중매체는 사회성원에게 변화의 필요, 성격, 방법, 혜택에 관한 정보를 제공하고, 변화를 수용하고 관련된 결정을 내리는데 도움을 주며 변화의 채택으로 성공적인 결과를 가져 오도록 필요한 기술과 방법을 교육한다.

Krugaman(1977)은 광고에 접하는 소비자가 선택적이고 능동적인 정보처리만 하는 것이 아니라 인간내면의 무의식적인 변화로 지각이나 태도의 의식적인 변화를 초래할 수 있다는 TV광고에 대한 소비자반응과정에 몰입(invovement)의 개념을 사용하여 광고의 영향력을 보다 명백히 제시하였다. 양덕순(1989)은 소비자의 광고판별능력에 대한 연구에서 광고접촉빈도에 따라 의미있는 차이는 없으나 부분적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

소비자의 의식과 행동에 영향을 미치는 변인으로서는 사회인구학적 변인이 주로 연구되어져 오다가 근래들어 다양한 변인에 대한 관심이 높아지고 있다. 본 연구에서는 환경문제에 대한 소비자의 의식과 행동에 영향을 미치는 관련변인으로 사회인구학적 변인 이외에 환경교육수강경험 여부와 매체접촉빈도의 환경변인을 설정하였다.

### III. 연구문제 및 연구방법

#### 1. 연구문제

본 연구에서 설정한 연구문제는 다음과 같다.

〈연구문제 1〉 여대생의 환경문제에 대한 소비자의식은 사회인구학적 변인(학년, 연령, 전공, 가정의 사회경제적 지위), 환경교육의 수강경험여부, 매체접촉빈도에 따라 차이가 있는가?

〈연구문제 2〉 여대생의 환경문제에 대한 소비자행동은 사회인구학적 변인(학년, 연령, 전공, 가정의 사회경제적 지위), 환경교육이 수강경험 여부, 매체접촉빈도에 따라 차이가 있는가?

〈연구문제 3〉 여대생이 환경문제에 대한 소비자행동은 관련변인들과 어느정도의 독립적인 영향력인 있는가?

이상의 연구문제의 개념적 모형은 다음과 같이 제시할 수 있다(그림 1).

2. 연구방법 및 절차

1) 조사대상 및 자료수집

본 연구의 조사대상은 광주시 소재 4년제 대학에 재학중인 여대생을 무작위로 추출하였다. 배부된 질문지는 모두 600부였으며, 546부가 회수되었으나, 이중 내용기재가 부실한 30부를 제외하고 통계처리 및 자료분석이 가능한 516부만을 연구의 최종분석 자료로 사용하였다.

2) 조사도구

본 연구에서 사용한 조사도구는 질문지이며, 선행연구(백운아, 1988; 서정희, 1986; 정선용, 1989; 황인창, 1990)를 기초로 하여 환경문제에

대한 소비자의식척도, 환경문제에 대한 소비자행동척도, 조사대상자의 일반적특성으로 문항을 구성하였다.

척도의 구성방법과 측정방법은 다음과 같다.

환경문제에 대한 소비자의식은 자원의 소비절약의식과 환경보존의식의 2개영역으로 나뉘어 22개 문항을 Likert형 5점 척도로 구성하였다. 문항분석은 문항양호도 검사를 통해 Cramer의 V계수가 낮은 1개문항을 제외한 21개문항을 분석의 대상으로 선정하였다. Cronbach의  $\alpha$ 계수는 .792였으며 21개문항의 점수를 더하여 환경문제에 대한 소비자의식 점수를 구성하였다. 이 점수는 21점에서 105점까지의 범위를 가지며, 점수가 높은 소비자일수록 환경문제에 대한 소비자의식이 높음을 의미한다.

환경문제에 대한 소비자행동은 자원의 소비절약행동과 환경보존행동의 2개영역으로써, 18개문항을 Likert형 5점척도로 구성하였다. 문항양호도 검사를 통해 Cramer의 V계수가 낮은 2개문항을 제외한 16개문항을 분석에 사용하였으며 Cronbach의  $\alpha$ 계수는 .596으로 나타났다. 16개문항의 점수를 더하여 환경문제에 대한 소비자행동점수를 만들었고, 이 점수는 16점에서 80점까지의 범위를 가지며, 점수가 높은 응답자일수록 환경문제에 대한 소비자행동의 수행수준이 높음을 의미한다.

환경문제에 대한 소비자의 의식과 행동에 영향을 미치는 사회인구학적변인외의 영향변인으로

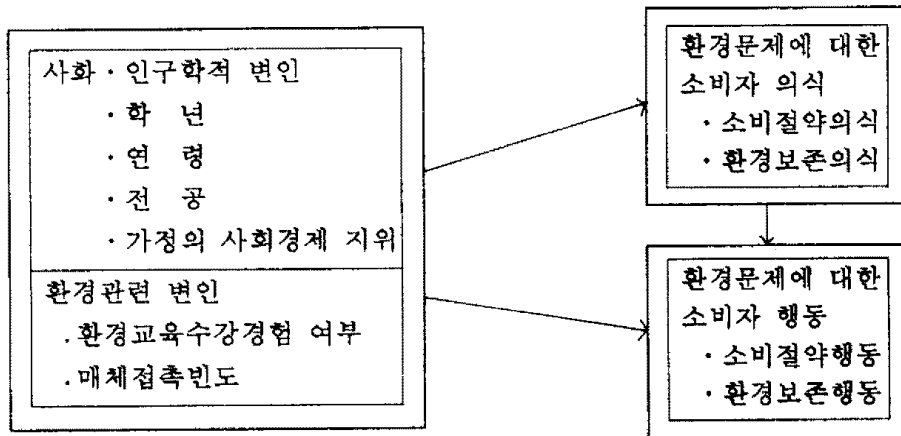


그림 1. 연구문제의 모형.

환경교육수강경험 여부와 매체접촉빈도를 선정하였다. 매체접촉빈도는 TV, 라디오, 신문, 잡지를 어느 정도 접하고 있는지를 응답자의 주관적 판단으로 답하도록 하였고, 「아주 자주 본다(듣는다)」 5점에서 「전혀 보지(듣지)않는다」 1점까지 점수를 주어 Likert형 5점척도로 측정하였다. 이는 4점에서 20점까지의 범위를 가지며 점수가 높을수록 매체와 자주접합을 나타낸다.

### 3. 자료의 분석방법

수집된 자료는 SAS Program을 이용하였으며, 빈도, 백분율, 평균, 표준편차 일원분산분석, Scheffé-test, 상관관계, 단계적다중회귀분석을 실시하였다.

## IV. 연구결과 및 해석

### 1. 조사대상자의 일반적특성

조사대상자의 일간적특성은 표 1과 같다.

### 2. 환경문제에 대한 소비자의식

변인에 따른 환경문제에 대한 소비자의식은 표 2와 같다.

#### 1) 학 년

학년에 따른 여대생의 환경문제에 대한 소비자의식수준은 평균점수간에 의미있는 차이( $P < .001$ )를 나타냈으며, 하위영역별로는 환경보존의식에 있어서만 의미있는 차이( $P < .001$ )를 보였다.

즉, 학년이 높을수록 환경문제에 대한 소비자의식이 높게 나타났는데 이는 교육이 영향을 사료된다. Scheffé-test에 의해 하위집단간의 차이를 살펴본 결과, 1학년과 2학년, 3학년, 4학년의 집단간에 각각 의미있는 차이를 보이고 있다( $P < .05$ ) 따라서 환경문제에 대한 소비자의식에 있어서 학년이 독립변인으로써 상당한 기여를 하고 있음을 알 수 있다.

#### 2) 전 공

전공에 따른 여대생이 환경문제에 대한 소비자

의식수준은 집단간에 유의한 차이( $P < .05$ )가 있었고, 하위영역별로는 환경보존의식에 있어서만 의미있는 차이( $P < .05$ )를 나타냈다. 환경문제에 대한 소비자의식수준은 예술대학과 비교하여 대부분의 대학이 약간 높게 나타나 있음을 알 수 있다. 가정대학, 인문·사회대학, 사범대학등이 환경문제에 대한 소비자의식수준이 비교적 높게 나타났는데 이는 이들 단과대학내의 일부학과에서 환경문제, 소비자교육, 소비자보호등의 전반적인 이론을 다룸으로써 나타낸 결과라고 볼때, 소비자교육의 강화로 환경문제에 대한 소비자의식수준을 높이도록 유도해야 한다.

### 3) 연 령

연령에 따른 여대생의 환경문제에 대한 소비자의식수준은 평균점수간에 유의한 차이( $P < .05$ )를 보였고, 하위영역별로는 소비절약의식에서 의미있는 차이( $P < .05$ )를 나타냈다. 전체적으로 여대생의 환경문제에 대한 소비자의식수준은 연령이 많을수록 높음을 알 수 있다.

### 4) 가정의 사회경제적지위

가정의 사회경제적지위에 따른 여대생의 환경문제에 대한 소비자의식수준은 집단간에 유의한 차이를 보였고, 하위영역별로는 환경보존의식에서만 유의한 차이( $P < .05$ )를 나타냈다. 즉, 가정의 사회경제적지위가 낮은 집단이 환경문제에 대한 소비자의식의 점수가 높았는데 이는 소비절약의식을 생활화해야 한다는 생각과 이에 따르는 환경보존의식이 중집단이 상집단보다 높기 때문인 것으로 사료된다. Scheffé-test결과, 특히 하집단과 중집단간에 의미있는 차이( $P < .05$ )를 보여 주었다.

### 5) 환경교육수강경험 여부

환경문제에 대한 소비자교육의 수강경험 여부에 따른 여대생의 환경문제에 대한 소비자의식수준은 전반적으로 유의한 차이를 나타내지 않았지만, 환경교육수강경험이 있는 집단이 없는 집단보다 평균점수에 있어 약간 상회하는 결과를 보였다. 이는 환경교육수강경험이 있는 응답자가 소수이고 또 교육을 받은 경험이 있다고 할지라도 그 교육의

질적인 내용을 파악할 수 없기 때문에 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않을 것으로 사료된다. 이와 같은 결과를 볼때 소비자교육을 통한 의식의 변화를 위해서는 소비자교육, 특히 환경문제에 대한 소비자교육이 강화가 요구된다.

6) 매체접촉빈도

매체접촉빈도에 따른 여대생의 환경문제에 대한 소비자의식수준은 의미있는 차이를 보이지 않았고, 하위영역별로는 소비절약의식에 있어서만 의미있는 차이( $P < .05$ )가 있는 것으로 나타났는데

표 1. 조사대상자의 일반적 특성

배경변인	구 분	빈도	백분율(%)	배경변인	구 분	빈도	백분율(%)	
학 년	1 학년	129	25.0	아버지 학 력	6년이하	56	10.9	
	2 학년	226	43.8		7-9년	98	18.8	
	3 학년	90	17.4		10-12년	199	38.6	
	4 학년	71	13.8		13-16년	155	30.1	
연 령	19세이하	202	39.2	17년이상	8	1.6		
	20세	153	29.5	Mean	12.8년			
	21세	72	14.0	지난달 총수입	40만원이하	69	13.4	
	22세이상	89	17.3		40-80만원	233	45.1	
Mean	20.2세				80-120만원	144	27.9	
					120-140만원	31	6.0	
전 공	인문, 사회대학	137	26.5	140만원이상	39	7.6		
	이과, 약학대학	106	20.5	가정의 직 업	전문직	45	8.7	
	가정대학	48	9.4		관리직	117	22.7	
	법, 경영대학	59	11.4		사무직	77	14.9	
	예술대학	81	15.7		판매직	181	1	
	사범대학	85	16.5		숙련, 반숙련, 비숙련직	96	18.6	
어머니 연 령	30대(40세이하)	7	1	사 회 <sup>*)</sup> 경제적 지 위	상(15-20점)	125	24.2	
	40대(41-49세)	301	58.4		중(10-14점)	274	53.1	
	50대(50-59세)	195	37.7		하(4-9점)	117	22.7	
	60대(60세이상)	13	1	환경교육 수강경험 여 부	유	136	26.4	
Mean	48.5세				무	380	73.6	
아버지 연 령	30대(40세이하)	2	1	매체 접촉 빈도	상(15-20점)	135	26.2	
	40대(41-49세)	162	31.4		중(10-14점)	266	51.5	
	50대(50-59세)	307	59.5		하(6-11점)	115	22.3	
	60대(60세이상)	45	1	계	516	100.0		
Mean	52.2세							
	어머니 학 력	6년이하	147	28.5				
		7-9년	175	33.8				
		10-12년	165	32.0				
		13-16년	27	5.3				
17년이상		2	0.4					
Mean	9.5년							

\*)본 연구에서는 가정의 사회경제적지위를 산출하여 독립변인으로 사용하였다. 즉, 어머니의 학력, 아버지의 학력, 가정의 수입, 가정의 직업을 분포에 따라 각각 5단계로 나눠 점수화한 것을 상·중·하로 구분하였다. 점수는 4~20점까지의 분포를 가지며 빈도를 고려하여 '하'는 4~9점, '중'는 10~14점, '상'는 15~20점으로 분류하였다.



표 2. 변인에 따른 환경문제에 대한 소비자의식 (N=516)

변인	배경 변인	N	환경문제에 대한 소비자의식				소비절약 의식				환경보존 의식			
			Mean	S.D	F	Scheffé-test	Mean	S.D	F	Scheffé-test	Mean	S.D	F	Scheffé-test
학	1 학년	129	90.95	9.88		B	13.87	2.04		A	77.09	9.19		B
	2 학년	226	94.78	7.05	8.33***	A	14.21	1.96		A	80.58	6.67		A
	3 학년	90	94.78	6.54		A	14.21	2.27	2.34		80.57	5.99	7.63***	A
	4 학년	71	95.05	5.84		A	14.66	2.00		A	80.39	5.15		A
진	인문, 사회대학	167	94.82	6.32		A	14.25	2.11		A	80.57	5.82		A
	이과, 약학대학	76	93.12	8.52		A	14.20	2.34		A	78.92	7.66		A
	가정대학	48	94.92	6.48	4.60***	A	13.94	1.86		A	80.98	6.34	4.45***	A
	법, 경영대학	59	94.66	6.10		A	14.24	2.03	1.02		80.42	5.56		A
연	예술대학	81	90.37	10.84		B	13.84	1.91		A	76.53	10.39		B
	사범대학	85	95.06	7.24		A	14.49	1.89		A	80.33	6.52		A
	19세이하	202	92.65	9.01		B	13.89	1.87		B	78.76	8.54		A
	20세	153	94.54	7.31	2.93*	AB	14.25	2.10		AB	80.28	6.76		A
사	21세	72	94.18	6.67		AB	14.54	2.34	2.68*		79.64	6.12	2.08	A
	21세이상	89	95.19	6.06		A	14.45	2.06		AB	80.74	5.24		A
	상	125	92.98	9.62		B	14.18	1.76		A	78.80	9.01		B
	중	274	93.15	7.31	4.37*	B	14.00	1.98	2.40		79.15	7.06	3.42*	AB
지	위	117	95.20	7.21		A	14.43	2.25		A	80.76	6.38		A
	하	136	94.29	7.49		A	13.93	2.16		A	80.37	6.74		A
환경교육	수강경험				0.59				2.97				1.68	
	여	380	93.71	7.92		A	14.28	2.01		A	79.43	7.41		A
매	상	135	93.96	7.79		A	14.64	1.95		A	79.32	7.23		A
	중	266	93.45	8.61	1.03	A	13.99	2.01	4.60*		79.46	7.53	1.20	A
	하	115	90.70	7.09		A	14.10	2.00		B	80.59	6.55		A

매체접촉빈도가 높은 상집단이 중집단과 하집단에 비해 평균점수가 약간 높았다. 이상의 분석결과를 통해서 볼때, 6개의 독립변인중 환경문제에 대한 소비자의식에 영향을 미치는 변인은 학년, 전공, 연령, 가정의 사회경제적 지위로 나타났으며, 환경교육수강경험 여부의 매체접촉빈도는 유의하지 않게 나타났다.

### 3. 환경문제에 대한 소비자행동

변인에 따른 환경문제에 대한 소비자 행동은 표3과 같다.

#### 1) 학년

학년에 따른 환경문제에 대한 소비자행동의 수행수준은 유의한 차이( $P<.01$ )를 나타냈으며, 하위영역별로는 소비절약행동에서는 유의한 차이가 없었고, 환경보존의식에 있어서만 의미있는 차이( $P<.01$ )를 보였다. Scheffé-test결과, 3학년과 4학년에서 의미있는 차이( $P<.05$ )를 나타냈다.

#### 2) 전공

전공에 따른 여대생의 환경문제에 대한 소비자행동의 수행수준은 평균점수간에 유의한 차이를 나타내지 않았다.

#### 3) 연령

연령에 따른 여대생의 환경문제에 대한 소비자행동의 수행수준은 평균점수간에 의미있는 차이를 보이지 않았으나, 평균점수를 비교해 보면 22세 이상의 집단이 가장 높게 나타났다.

#### 4) 가정의 사회경제적지위

가정의 사회경제적 지위에 따른 여대생의 환경문제에 대한 소비자행동의 수행수준은 평균점수간에 유의한 차이를 보이지 않았으나, 각 집단간의 평균점수의 분포를 보면 사회경제적·지위가 높을수록 환경문제를 더 많이 의식하고 행동하는 것으로 나타났다.

#### 5) 환경교육수강경험 여부

환경교육수강경험 여부에 따른 여대생의 환경문제에 대한 소비자행동의 수행수준은 집단간에

유의한 차이( $P<.01$ )를 보였고, 하위영역별로는 환경보존의식에서만 의미있는 차이( $P<.01$ )를 나타냈다. 즉, 환경교육수강경험이 있는 집단이 그렇지 않은 집단보다 평균 점수가 더 높았다. Scheffé-test결과, 두 집단간에 유의한 차이( $P<.05$ )를 보였는데 이는 소비자교육의 중요성을 시사하는 것으로 보다 더 심층적인 소비자교육의 프로그램 개발의 필요하다고 본다.

#### 6) 매체접촉빈도

매체접촉빈도에 따른 여대생의 환경문제에 대한 소비자행동의 수행수준은 의미있는 차이가 없었고, 소비절약행동에서만 의미있는 차이( $P<.05$ )를 보여 매체접촉빈도가 높은 상집단이 소비절약행동의 수행수준이 높게 나타났다. Scheffé-test결과 상집단과 중집단, 하집단간에 각각 의미있는 차이( $P<.05$ )를 나타냈다.

이상의 연구결과를 분석종합해 보면, 6개의 독립변인중 환경문제에 대한 소비자 행동에 영향을 미치는 의미있는 변인은 학년과 환경교육수강경험 여부로 나타났다.

### 3. 환경문제에 대한 소비자행동의 회귀분석

최종종속변인인 환경문제에 대한 소비자행동과 본 연구에서 사용된 독립변인들간의 상관관계를 살펴보면 표 4와 같이 환경문제에 대한 소비자의식의 하위영역인 소비절약의식과 환경보존의식에 있어서 의미있는 정적상관을 보임에 따라 환경문제에 대한 소비자의식이 높을 수록 환경문제에 대한 소비자행동의 수행수준이 높음을 알 수 있다.

다음은 일원분산분석과 상관관계의 결과를 토대로 최종종속변인인 환경문제에 대한 소비자행동에 영향을 미치는 설명력이 높은 변인을 파악하기 위하여 회귀분석을 실시하였다(표 5). 다른 변인이 모두 통제 되었을때 변인들이 미치는 상대적인 영향력 및 하위관계를 파악하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 먼저 잔차분석을 실시하여 회귀가정의 위반여부를 파악한 결과, 기대수준인 2에 가까운 1.687로써 잔차간의 자기상관이 거의 없는 것으로 밝혀졌다. 회귀방정식의 적합도를

(N=516)

표 3. 변인에 따른 환경문제에 대한 소비자행동

변인	배경 변인	환경문제에 대한 소비자행동				소비절약 행동				환경보존 행동				
		N	Mean	S.D	F	Scheffé-test	Mean	S.D	F	Scheffé-test	Mean	S.D	F	Scheffé-test
학 년	1 학년	129	53.86	5.67		B	13.64	2.51		A	40.22	4.23		B
	2 학년	226	54.31	5.35	4.24**	B	13.81	2.21	0.97	A	40.51	4.59	4.25**	B
	3 학년	90	54.07	6.10		B	13.51	2.34		A	39.56	5.04		B
	4 학년	71	56.21	6.55		A	14.10	2.53		A	42.11	5.15		A
전 공 영 역	인문, 사회대학	167	54.55	5.21		A	14.02	2.35		A	40.53	4.29		A
	이과, 약학대학	76	53.24	6.17		A	13.34	2.24		A	39.89	5.10		A
	가정대학	48	53.96	5.18	1.05	A	13.52	2.85	2.07	A	40.44	4.17	0.41	A
	법, 경영대학	59	53.53	5.59		A	13.17	2.37		A	40.36	4.81		A
	예술대학	81	54.98	6.58		-	14.09	2.46		A	40.89	5.12		A
	사범대학	85	54.51	6.21		A	13.80	2.29		A	40.71	4.90		A
연 령	19세이하	202	54.32	5.23		A	13.67	2.37		A	40.64	4.02		A
	20세	153	53.89	5.25	1.21	A	13.70	2.27	1.03	A	4.09	4.64	0.87	A
	21세	72	53.65	5.64		A	13.60	2.17		A	40.06	4.64		A
	22세이상	89	55.17	7.71		A	14.15	2.60		A	41.02	4.04		A
사 회 적 지 위	상	125	54.49	6.26		A	14.11	2.46		A	40.38	6.62		A
	중	274	54.23	5.90	0.11	A	13.78	2.21	1.78	A	40.45	4.90	0.08	A
	하	117	54.14	5.44		A	13.55	2.47		A	40.60	4.45		A
	유	136	55.38	5.62		A	13.77	2.37		A	41.61	4.45		A
환경교육 수강경험				7.21**				0.01				10.70**		
여 부	무	380	53.84	5.81		B	13.74	2.36		A	40.09	4.78		B
	상	135	54.87	6.47		A	14.39	2.50		A	40.48	5.35		A
	중	266	59.90	5.73	1.28	A	13.68	2.27	8.94***	B	40.22	4.61	1.55	A
	하	115	54.30	5.06		A	13.17	2.22		B	41.14	3.96		A

표 4. 환경문제에 대한 소비자행동과 변인들간의 상관관계 (N=516)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 환경문제에 대한 소비자행동	1.00								
2. 학년	.08	1.00							
3. 연령	.03	.73***	1.00						
4. 전공	.02	-.04	.09*	1.00					
5. 사회경제적 지위	.01	-.03	-.07	.07	1.00				
6. 환경교육수강경험	.14**	.08	.06	.04	.08	1.00			
7. 매체접촉도	.03	.10*	.12**	-.07	.18***	.11**	1.00		
8. 소비절약의식	.18***	.11*	.11**	.01	-.06	-.05	.11*	1.00	
9. 환경보존의식	.10*	.14**	.09*	.08	-.11*	-.05	-.05	.14**	1.00

표 5. 환경문제에 대한 소비자행동의 회귀분석 종속변인=환경문제에 대한 소비자행동 (N=516)

독립변인	비표준화된회귀계수(b)	표준화된회귀계수(β)	T값
학년	.34	.06	1.32
환경교육수강경험여부	1.76	.13	3.08**
매체접촉도	.16	.02	.56
소비절약의식	.47	.17	3.82***
환경보존의식	.05	.07	1.51
회귀상수		46.084***	
R <sup>2</sup>		.0574*	
F		6.210***	

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001  
Durbin-Wastion D=1.687

나타내는 R<sup>2</sup>의 값은 .057로 낮은 수준이지만 회귀방정식의 유의도를 검증하는 F값은 P<.01 수준에서 유의하였다.

환경문제에 대한 소비자행동에 영향을 미치는 변인을 순서대로 나열하면 소비절약의식, 학년, 매체접촉빈도의 순으로 자원사용에 대한 기본적인 소비절약의식이 환경문제에 대한 소비자행동에 가장 크게 영향력을 미침을 알 수 있다.

### V. 결론 및 제언

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 여대생의 환경문제에 대한 소비자의식을 평균점수에 있어서 학년(P<.001), 전공(P<.001), 가정의 사회경제적 지위(P<.05), 연령(P<.05)의 순으로 나타났다. 학년의 높을수록 의식이 높았고, 가정·사범대학에 비해 예술대학의 의식이 낮았으며, 가정의 사회경제적 지위가 높을수록 의식이 낮게 나타났다.

둘째, 환경문제에 대한 소비자행동에 영향을 미치는 변인은 학년(P<.01), 환경교육수강경험여부(P<.01)이었다. 즉, 환경교육수강경험이 있는 집단이 행동의 수행수준이 높게 나타났으며, 고학년일수록 소비자행동의 수행수준이 높았다.

새책, 여대생의 환경문제에 대한 소비자행동에 영향을 미치는 가장 영향력 있는 변인은 소비절약의식( $P < .001$ )이었으며, 제변인들은 환경문제에 대한 소비자 행동의 5.7%를 설명하고 있다.

이상의 연구결과를 토대로 다음과 같은 몇 가지 제언을 하고자 한다.

첫째, 여대생의 환경문제에 대한 소비자행동에 가장 영향력 있는 변인은 소비절약의식으로 나타났다. 이는 소비자의식의 중요성을 시사하는 것으로, 특히 환경문제에 대한 소비자의식개선에 중점을 둔 소비자교육의 적극적인 활성화로 바람직한 행동유도가 필요하다.

둘째, 환경문제에 대한 효율적인 소비자교육을 위해서는 소비자의 권리와 책임을 다룰 수 있는 내용을 보장해야 한다. 또 생활의 질을 추구하는 소비자교육으로 추진하기 위해서는 생태학적 관점에서 환경과 인간의 상호작용과 인간이 환경에 미치는 영향을 고려하는 환경문제 측면에서의 소비자교육이 실시되어야 한다.

세째, 대중매체는 현행의 공익광고방송이나 환경문제에 대한 캠페인 이외에 다양한 프로그램을 개발하여 보다 적극적인 홍보·계몽을 강화함으로써 소비자가 올바른 의식을 가지고 환경문제에 의식한 소비자행동을 할 수 있도록 하여야 한다.

넷째, 환경문제에 대한 소비자행동의 설명력을 높이기 위해서는 보다 정교화된 척도구성과 사회인구학적 변인 및 환경관련 변인 이외의 새로운 변인 모색을 위한 연구가 요구된다.

본 연구에서 미래의 주역이자, 주부가 될 여대생을 대상으로 선정한 것은 매우 의의 있는 일이라 하겠다. 앞으로의 연구에서는 환경문제에 대한 소비자의 의식과 행동에 대한 심층적인 연구를 통해 보다 포괄적이고 객관적이며 세밀한 기준을 보장해야 하고 다양한 계층을 대상으로 선정하여 그들 고유의 소비자의식과 행동을 고찰하는 연구가 이루어져야 하겠다.

## 참고문헌

- 1) 강영호외(1987). 환경과학. 서울 : 형성출판사.
- 2) 강혜원외(1981). 의·식·주별 열에너지 소비절약태도에 관한 연구. *대한가정학회* 제19권 2호.
- 3) 김기영(1989). SAS 입문 및 기초통계처리. 서울 : 자유아카데미.
- 4) 남은주(1982). 도시주부의 소비자행동에 관한 연구. 하층주부를 대상으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 5) 박운아(1988). 소비자 태도와 소비자 역할수행에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 6) 박혜경(1986). 소비자교육론. 서울 : 수학사.
- 7) 백경미(1987). 소비자의 에너지소비절약행동 및 관련요인에 관한 연구 : 서울시 주부를 중심으로 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 8) 서정희(1986). 환경문제 측면에서 본 소비자행동에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 9) 양덕순(1989). 소비자의 광고판별능력과 관련요인에 관한 연구 : 기만광고판별을 중심으로. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 10) 이기춘(1974). 소비자행동에 관한 연구 I : 특히 우리나라 도시주부의 소비의식 및 소비자행동을 중심으로. *대한가정학회지* 제12권 12호
- 11) 이향자(1984). 우리나라 도시주부의 컨슈머리즘 의식 및 태도에 관한 연구 : 부산지역을 중심으로. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 12) 정 홍(1987). SAS 프로그래밍. 대구 : 계명대학교출판부.
- 13) 최남숙(1984). 가정에너지 소비절약의식과 행동에 관한 연구 : 서울을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 14) 허명희(1989). PC를 위한 SAS 가이드. 서울 자유아카데미.
- 15) 황인창(1990). 생태적 마아케팅의 효율적 전개를 위한 환경의식적 소비자의 행동특성. 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 16) Anderson, W.T. and Cunningham, W.H.(1972). The Socially Conscious Consumer. *Journal of Marketing* Vol. 36(July), pp. 23-31.
- 17) Henion, K.E.(1972). The Effect of Ecologically Relevant Information on Detergent Sales. *Journal of Marketing Research* Vol. 9(February), pp.10-14.
- 18) Herrmann, R.O.(1982). The Historical Development of the content of Consumer Education : An Examination of Selected High School Texts 1939-

1978. *Journal of Consumer Affairs* Vol. 16(Winter) pp. 195-223.
- 19) Krugman, H.E.(1977). Memory with Recall. Exposre without Perception. *Journal of Advertising Research* Vol. 17 No. 4(August), pp. 7-12.
- 20) Morrison, B.H. and Gladhart, P.M.(1976). Energy and Family : The crisis and the Responses. *Journal of Home Economics*, Vol. 68, No.1 pp. 15-18.
- 21) Stampfl, R.W.(1978). The Postindustrial-age consumer. *Journal of Home Economics*, Vol. (July) pp. 25-28.
- 22) Tognacci, L.N. and Weigel, R.H. Wideen, M.F. and Vernon, D.T.(1972). Environmental Quility : How Universal is Public Concern ? *Environment and Behavior*, Vol.4 (March). pp. 73-86.
- 23) Ward, Scott(1975). Consumer Socialization. *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 9, pp. 1-14
- 24) Webster, F.E.Jr(1975). Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer. *Journal of Consumer Research*, Vol. 2, No. 3, pp. 188-196
- 25) Weigel, R.H. and Weigel, J.(1978). Environmental Concern : The Development of a Measure. *Environment and Behavior*, Vol. 10, pp. 3-15