

소비자의 환경친화적 행동과 관련요인 분석

Pro-environmental behavior of consumer and its related factors

호남대학교 생활과학과
조교수 박은아
서울대학교 소비자학과
교수 이기춘

Dept. of Living Science, Honam Univ.

Assistant Prof. : Una Park

Dept. of Consumer Studies and Management, Seoul National Univ.

Prof. : Kee Choon Rhee

〈목 차〉

- | | |
|------------------|---------------|
| I. 문제제기 | IV. 분석결과 및 해석 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 |
| III. 연구문제 및 연구방법 | 참고문헌 |

〈Abstract〉

The purposes of this study is to investigate the factors which influence on the propensity for pro-environmental consumer behavior. The data used in this study included 712 married women living in Seoul and Kwangju. Statistics used for data analysis were Reliability, t-test, one-way Anova, and Multiple Regression Analysis. According to the results of the regression, the relative importance of variables are in order of; pro-environmental behavior degree of reference group, residential district, ecological value orientation, economic value orientation, convenience-centric value orientation, type of dwelling, the adequacy of community resource, education experince of environment and their explanatory power totalled 30.35%. The result of this study coude be attributed to develop the environmental policy and education program to enhance of pro- environmental behavior. First, Economic approach and ecological approach toward the environmental affairs are not incompatible; indeed, they are may be related. I presume that both of two alternatives are useful to environment policy. And, environmental education be effectively related to pro-environment behavior, life-

education and systematic support must be provided.

I. 문제제기

오늘날 세계는 심각하고 다원적인 환경위기에 처해 있으며, 이는 경제성장이 상대적으로 앞서 있는 몇 나라에 한정된 문제가 아니라 바로 우리에게 직면한 현실이 되었다. 인간생존을 위협하는 파괴된 환경을 개선하기 위한 '사회비용'의 발생은 사람들로 하여금 양적 경제성장이 질적 경제성장과 일치하지 않는다는 것을 깨닫게 하면서 지금까지 양적인 경제성장만을 추구해 오던 사회는 '질적인 성장'과 '질적인 소비'에 대한 인식을 하게 되었다(AgV¹⁾, 1984; 유두련, 1991, 재인용). 환경문제에 대한 사회적·학문적 관심이 집중되었다. 환경문제에 가장 먼저 관심을 가진 자연과학분야는 물론, 환경문제가 경제활동의 결과이며, 사회현상이라는 점에서 소비자학, 경제학, 경영학, 사회학 등의 분야에서 많은 연구들이 행해지고 있다. 그러나 환경문제가 생활에 미치는 영향을 파악하고, 문제해결을 위한 정책수립을 고려할 때 자연과학 지식만으로는 한계가 있으며, 유한한 자원으로 소비자 개인의 욕망을 최대한으로 달성시키는 문제에 치중하는 경제학의 시각만으로도 환경문제를 이해하는 데 한계가 있다. 또한 환경친화적인 소비자의 특성을 이해하는 데 많은 시사점을 주는 경영학은 주된 관심이 환경에 대한 소비자요구를 환기시켜서 이것을 제품판매에 연결키는 데 있으므로 이 역시 한계가 있다.

한편 연구와 교육에서 환경친화적인 목표와 가치를 개발하고 이것을 소비자의 행동에 통합시키는 데 주력하는 소비자학에서는 환경친화적인 소비자행동에 영향을 주는 요인을 구명함으로써, 소비자 교육과 정책에 기초자료를 제공해 오고 있다. 그러나 지금까지의 연구 결과들을 보면 첫째, 환경친화적 소비자행동의 성격에 대한 이해가 부족하였다. 선행연구들은 환경친화적 소비자행동의 성격을 일종의 소

비자 기능이나 능력의 차원에서의 경제적인 행동으로 이해하기도 하고, 또는 '이타적', '책임있는' 으로 표현할 수 있는 윤리적 차원의 행동으로 간주하기도 하였으나 명확한 규명을 하지 못하였고, 분석을 위한 이론적인 틀이 취약하였다. 둘째, 측정에 문제가 있었는데, 환경친화적 소비자행동의 추상적 개념에는 일치를 보이고 있으나, 실제 측정을 위한 조작적 개념이 다양하였는데 즉, 재활용, 환경상품 구매, 에너지 절약 등 구체적인 한 두가지의 행동 경험 여부나 정도를 가지고 환경친화적이라고 규정하는 경우가 있는가 하면, 포괄적으로 환경친화적인 의식이나 태도를 가진 소비자를 환경친화적이라고 조작화하는 경우가 있었다. 따라서 그 결과가 매우 복잡적이고 다양하였으며, 또한 이러한 복합적 결과에 대한 해석이 부족하여 환경친화적 소비자 행동의 특성을 이해하는데 별로 성공적이지 못하였다.

이에 본 연구는 다음과 같은 의문에서 출발한다. 첫째, 환경친화적 소비자행동은 어떠한 성격을 가진 행동인가?, 옳고 그름을 판단하는 윤리적 행동인가?, 아니면 비용과 수익을 판단하는 경제적 행동인가? 둘째, 환경친화적 소비자행동을 주로 설명하는 소비자 가치지향이 있는가?, 있다면 그것은 어떤 가치지향인가?, 그렇지 않다면 다양한 가치지향 유형이 상호보완적으로 환경친화적인 소비자행동을 설명하는가? 셋째, 적절한 자원을 제공함으로써 소비자의 행동을 환경친화적으로 유도할 수 있는가?, 그렇다면 어떠한 유형의 자원이 주로 제공되어야 하는가?

넷째, 환경친화적인 소비자는 어떤 특성을 가진 사람들인가?

1) 독일의 소비자 노동조합(Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher).

II. 이론적 배경

1. 환경문제 원인 및 대책에 대한 제 시각

1) 경제학의 시각

① 주류 경제학

주류경제학에서는 환경문제를 시장기구의 기능이 부분적으로 원활하게 작용하지 못함으로 인해서 발생하는 문제라고 보고, 시장기구의 기능을 효과적으로 보완해준다면 환경문제는 사라질 것이라고 본다. 즉, 경제학에서는 환경오염의 원인을 환경재의 공공재적 성격(또는 환경오염의 마이너스 공공재적 성격), 환경재의 외부경제적 성격(또는 환경오염의 외부불경제적 성격), 그리고 환경재의 공유재산적 성격에 기인하는 시장실패 현상으로 이해하고, 이러한 시장실패를 보정함으로써 환경문제를 해결할 수 있다고 파악한다(신영철, 1995).

경제학의 자연관과 환경오염의 대책을 한마디로 요약하면 인간중심주의와 기술중심주의라고 할 수 있다. 그러므로 경제학이 최적으로 보는 상태는 인간의 욕망이 최대한 충족되도록 우리에게 주어진 자연이 이용되는 상태이다. 그러므로 경제학에서 환경이란 인간의 욕망을 충족시키기 위한 수단이며, 따라서 기본적으로 인간의 이익을 위해서 이용해야 할 대상으로 보고, 경제성장과정에서 환경파괴는 불가피한 부작용이지만 인간은 이를 기술적으로 해결해 나갈 수 있다는 기술중심주의를 기본으로 하고 있다(이정전, 1994).

② 마르크스경제학

마르크스 경제학에서는 환경문제를 자본주의라는 특정 생산양식과 결부된 체제상의 모순으로 인한 현상으로 보고, 체제의 근본적인 개혁없이 환경문제를 해결할 수 없다고 주장한다.

인간의 노동은 자연법칙에 순응하는 생물학적 수준의 수동적 관계를 청산하고 자연환경을 인간에게 유용하게 바꾸어 왔으며, 그 결과 인간은 다른 동물들과는 질적으로 다른 위치를 차지하게 되었다. 그러나 바본 증식논리가 지배하는 자본주의 사회에서는 자본가의 이윤추구가 생산의 목적이 되었고, 인

간의 가치는 자신이 생산한 상품의 현금 가치에 의해 결정되며, 이런 요인들이 인간의 비인간화, 인간 소외를 발생시켰다. 자본가의 이윤추구 동기는 노동뿐 아니라 자연까지도 생산에 이용될 상품으로 전락시켰다. 즉, 노동을 통한 자연의 변화가 일반 대중의 필요가 아닌, 특정 계층의 이윤추구 동기에 따라 이루어지게 되었고, 이렇게 자연을 변화시키다 보니 자연 자체도 인간에 의해서 생산되는 것으로 인식하게 되었다. 자본주의의 이윤추구 동기는 끊임없는 확대 재생산을 필요로 하며, 이는 또한 끊임없는 수요의 창출을 필요로 하게 된다. 그 결과 자본주의 사회 특유의 소비풍조가 만연하게 되고, 이러한 소비풍조는 환경오염을 가속화시키는 것이다.

2) 생태중심주의의 시각

생태중심주의는 대자연의 인간의 이익을 위해서 이용할 대상으로 보는 기술중심주의의 자연관을 거부하고 대자연의 한 구성분자로서 인간과 대자연의 유기적 긴밀성 및 의존성을 강조하는 사상으로, 자연의 존재의의가 결코 인간에게 달려 있지 않고 자연 스스로도 존재가능한 완전성을 갖는다고 인정하며, 자연과 인간과의 관계에 있어서 인간의 자연에 대한 지배와 착취의 관계가 자연과 인간과의 조화와 겸양의 관계로 대체되어야 함을 역설한다(김명자, 1993).

① 근본생태론

근본생태론이란 대자연에 대한 규범내지는 생물윤리를 포괄하는 철학차원의 생태학이란 의미이며(이정전, 1994), 이 명칭은 환경문제의 치유가 자연에 대한 더 근본적이고 영적인 접근, 즉 인간을 포함한 자연계의 전일적 구조에 대한 인식 또는 이 전일적 구조에 관통해 있는 인간정신과 같은 우주적 기운에 대한 인식을 필요로 한다는 데서 비롯되었다(문순홍, 1995). 근본생태론자들은 근대가 앓고 있는 위기의 근원은 근대문명의 실제론과 이를 토대로 한 가치관, 즉 인간 중심주의 그리고 인간과 자연을 분리시키는 이원적 실제관에 있다고 주장한다. 따라서 근본생태론자들은 인간중심주의를 극복할 수 있을 때만 비로소 환경문제에 대한 근원적 해결이 가능하다고

고 본다.

② 사회생태론

북친(Bookchin, 1988)은 근본생태론이 인간과 자연의 관계에 집착하여 환경문제의 근원이 결국은 인간 사회에 내재한 인간들 사이의 왜곡된 관계에 있음을 간파하고 있음을 비판하였다(문순홍, 1995, 재인용). 환경문제는 인간이 습득한 자연법칙에 대한 지식을 인간이 자연을 이용하고 지배하는 데에 사용할 뿐만 아니라 또한 다른 인간을 이용하고 지배하는 데에 사용하기 때문에 발생하는 문제이다. 이들에 의하면 환경오염과 자원부족이라는 지구한계는 기존 시장경제의 비도덕성 그리고 기술의 반생태성 및 반문화성에 있다. 따라서 대안경제는 시장경제의 비도덕성을 극복하기 위해 생산자와 소비자간의 익명성을 극복하고, 인간적 필요와 소비 개념을 재정립하며, 나아가 생태적합적이며 문화적합적인 과학과 기술을 만들어내는 데 달려 있다. 따라서 그들의 눈에 비친 생태친화적 경제는 기존사회에서 해결 불가능하며(문순홍, 1995), 현대의 환경문제를 해결하기 위해서는 자본주의 사회의 지배-피지배의 위계질서를 제거하고 자유와 동등한 참여에 입각한 새로운 생태공동체를 구축하여야 한다는 것이 결론이다(이정진, 1994).

3) 본 연구의 관심

이상에서 환경오염의 원인과 대책에 관한 주된 시각을 정리하였는데, 환경문제를 자본주의 체제자체의 문제로 보고, 체제의 극복이 해결안이라고 보는 마르크스주의와 새로운 생태공동체를 형성하여야 한다는 사회생태론의 시각은, 환경친화적 소비자행동에의 관련요인을 밝히고자 하는 본 연구의 범위를 벗어나는 것이므로, 본 연구는 주류경제학과 근본생태론의 시각을 중심으로 실증적 분석을 전개하고자 한다. 환경문제를 시장실패에서 기인하는 문제라고 보고 따라서 시장기구의 기능을 효과적으로 보완해 준다면 환경문제는 사라질 것이라고 보는 경제학의 시각에서는 기술적인 대책으로 환경문제를 해결할 수 있다. 즉, 경제적인 동기를 부여함으로써 환경친화적 소비자행동을 유도할 수 있다고 본다. 한편 생태중심주의의 시각에서는 인간중심의 자연관을 극복

하고 환경과 조화를 이루는 새로운 가치관과 소비양식으로의 전환이 환경문제 해결의 실마리라는 것을 지적하고 있다. 즉, 환경친화적 소비자행동을 지향하기 위해서는 소비자가 생태적, 이타적인 가치를 내면화하여야 한다는 것이다. 이와같은 시각의 차이가 상호배타적인 것인지, 그렇다면 어느 입장이 환경친화적 소비자행동을 보다 잘 설명할 수 있는 것인지, 그렇지 않다면 두 시각이 상호보완적으로 환경친화적 소비자행동을 설명하는 것인지를 실증적으로 검증할 필요가 있으며, 이는 곧 본 연구의 관심사항이다.

2. 환경친화적 소비자행동

환경친화적 소비자행동이란 환경에 한마디로 환경에 이로운 소비자행동을 의미한다. 환경관련 선행연구들을 보면 다양한 용어와 정의를 내리고 있으나, 이들은 표현상 다소의 차이가 있을 뿐 '환경문제와 소비자 자신들의 소비행동을 관련시키고 있다는 점'에서 그리고 '소비자 자신의 이익이나 복지뿐만이 아니라 사회와 환경에 대한 영향을 고려한다는 점'에서 매우 유사하다.

본 연구에서는 선행연구들을 참고하여 환경친화적 소비자행동을 '구매, 사용, 처분의 행동에서 소비자가 자신의 사적인 욕구나 시장효율성뿐 아니라 자신의 소비의 결과가 사회와 환경에 미치는 영향을 고려하여 행하는 행동'이라고 정의한다. 환경친화적 소비자행동은 인간과 생태환경을 지킨다는 새로운 가치기준에 입각해서 모든 기능과 목표를 '인간의 의질은 중심으로 한 접근(way of life approach)에 의하여 소비의 개념을 재정립함으로써 소비의 사회적 책임을 달성하고자 하는 것'(박명희, 1993)을 목표로 한다.

3. 선행연구의 고찰

1) 소비자가치지향

소비자의 가치지향과 환경친화적 행동과의 관련을 분석한 선행연구들이 주로 관심을 가진 가치지향 유

형은 경제성 지향, 이타지향, 그리고 편의와 안전지향을 포함한 자기중심적 지향이다. 환경친화적 소비자행동을 분석한 초기연구에 의하면 금전적인 동인이 매우 중요한 것으로 나타났다. 즉 금전적인 동기가 없으면 더 이상 소비자들은 재활용에 참여하지 않는다(Geller, Winett, Evert, 1982; Oskamp 등 1991 재인용). 그러나 환경상품의 구매, 최근의 재활용 프로그램들은 오히려 비용이 더 드는 일이라는 점을 생각할 때 따라서 금전적 동인만으로는 설명이 안되며, 환경친화적인 소비자행동의 비금전적 동인을 찾기 위한 지속적인 연구가 실시되어 왔다. 영(Young, 1986)은 일상생활에서 천연자원의 보존을 위하여 사람들이 가지는 동기의 역할을 분석하였는데, 연구 결과 내재적 동기와 재활용간에 강한 정적 관련과, 외재적 동기와 재활용, 재사용간에 부적관련을 확인한바, 연구자는 보전적인 생활이 그 자체로 보상적이며 충족적일 수 있음을 강하게 시사하였다. 유사한 연구로 슈바르츠(Schwartz 1968; Stern, 1993, 재인용)는 환경보호주의를 일종의 이타주의로 간주하고 이타주의의 규범 - 행동 모델을 구성하여, 환경문제 개선을 위한 행동을 설명하고자 하였다. 그 결과 타인 복지지향과, 환경상태에 대한 책임 인식이 강할수록 환경보호적임을 구명하였다.

그러나 이타적인 가치지향만이 환경친화적 소비자행동의 유일한 동인은 아니라는 분석도 있다. 스텐 등(Stern et al, 1993)은 타인의 복지에 대한 가치지향은 환경에 대한 태도와 행동의 기초가 되는 최소한 세가지 가치지향의 하나일 뿐임을 지적하면서, 위의 슈바르츠 모델을 확장하여, 세가지 가치지향 - 자기중심적 가치지향, 사회이타적 가치지향, 생태적 가치지향 - 을 포함하는 모델을 개발하였는데, 분석결과 사회이타적 가치지향(타인 복지 지향)뿐 아니라 자기중심적 가치지향과 생태학적인 가치지향도 환경친화적인 소비자행동을 유발시킬 수 있음이 밝혀졌다. 노튼 등(Naughton, Sebold & Mayer, 1990)은 보상금을 지불함으로써 음료수병의 회수율을 높이려는 법안이 소비자의 회수행동에 미치는 영향을 분석함

으로써, 경제적 동기가 소비자행동에 미치는 영향을 파악하고자 하였다. 분석결과 법안의 시행이 효과적인 것으로 나타나 경제적 동기의 중요성을 확인할 수 있었으나, 실제로 법안의 순수한 효과는 보이지 않는 수익에 대한 소비자의 가치평가에 결정적으로 달려있음이 발견되었다. 불편비용이 회수율에 결정적인 요인인 것으로 나타났는데 이 불편비용은 심리적 수익과 회수센터의 편리함과 관련되어 있었다. 또한 비닝과 에브리오(Vining & Ebreo, 1990)는 재활용 경험 여부를 가지고 재활용자 집단과 비재활용자 집단을 구분하여 이들 집단의 동기를 비교하였는데, 연구 결과 편의성추구, 가계의 상황, 경제적인 이유에서 두 집단간의 차이가 발견되었다. 재활용자 집단의 이타적인 동기가 강할 것이라는 연구자의 예측과는 달리, 두 집단간에 이타적인 동기에는 차이가 없었고, 편의성 동기와 금전적인 동인에 의미있는 차이가 있었다. 즉 비재활용자 집단도 환경적인 관심은 있지만 그렇게 행동하는 것이 번거롭거나 경제적인 이익이 없기 때문에 그리고 가계의 상황이 공간이나 인원이 부족하다는 이유로 재활용에 참여하지 않는 것이다.

한편 본 연구에서는 소비자 가치지향을 생태적 지향, 편의 지향, 경제적 지향으로 구분하고 그 영향을 살펴 보고자 한다. 이와같은 가치지향 분류는 인간의 욕구의 단계를 고려한 것이다. 인간의 욕구는 다양하지만 경제생활의 측면에서 볼 때 생명유지를 위해 필수적인 욕구인 '생존의 욕구'와 생활의 편리를 추구하는 '편의의 욕구' 그리고 타인으로부터 인정받고 존경받아 나의 중요성을 확인하려는 '사회적 욕구'의 세가지 유형으로 구분할 수 있다(이승신 등, 1996). 광범위한 경제생활을 소비자행동에 국한하여 본다면 가장 기초적인 욕구는 비용절감 즉, 경제성을 추구하는 욕구가 될 것이며, 그 다음은 자신의 다양한 선호²⁾를 추구하는 욕구, 그리고 사회적 책임이나 환경을 고려하는 욕구로 단계를 구분할 수 있을 것이다.

그리고 환경친화적 소비자의사결정에서 중요한 판

2) 소비자는 다양한 선호를 가지고 있지만, 그 중 편의와 안락은 현대 소비자가 가장 보편적으로 지향하는 특성이다.

단기준인 경제성, 자신의 선호와 욕구, 사회와 환경에 대한 영향을 고려하였으며, 또한 환경문제에 대한 경제학적 시각과 생태학적 시각을 고려하여 구성한 것이다.

2) 사회인구학적 변수

본 연구에서 선정한 사회인구학적 변수는 연령, 교육수준, 취업여부 및 유형, 주거유형과 거주지역이다.

① 연령

연령이 높을수록 보다 환경친화적인 행동을 한다는 연구(노영화·강성진, 1992; 이승신 등, 1993; 안향아, 1994; Murphy, 1978; Vining & Ebreo, 1990; Granzin & Olsen, 1991)가 있는 반면에, 부적인 관련을 제시한 연구도 다수였고(Buttel & Flinn, 1976; Van Liere & Dunlap, 1980), 유의한 차이가 나타나지 않는 연구도 있었으며(서정희, 1991; 노남숙, 1993; 박운아, 1995; Constantini & Kinnear 등, 1974; Tucker 등, 1980; Oskamp 등, 1991), 일관적인 정적 혹은 부적인 관련이 아니라 복합적인 관련이 나타나는 연구도 있는 등, 연령과의 관계는 매우 다양하게 나타나고 있다.

② 교육수준

대부분의 연구들에서 소비자의 교육수준이 높을수록 환경친화적인 행동을 한다고 나타난 바(서정희, 1986, 1991; 엄하정, 1993; Anderson & Henion, 1974; Samdahl & Robertson, 1980; Schahn & Holzer, 1990; Rosen 등, 1991), 교육수준은 환경친화적인 행동에 정적인 영향을 주는 것이 보편적인 것 같다. 한편 한편 교육수준과 환경친화적인 행동 사이에 의미있는 관련이 없는 것으로 나타난 연구들도 있는데(노남숙, 1993; 최남숙, 1994; 박운아, 1995; Kassarijan, 1971; Antil, 1984; Tucker, 1994), 특히 최남숙(1994)의 연구에서는 교육수준이 높을수록 소비자의 환경의식은 높아지나 이것이 환경보전행동에는 이어지지 않아 학교교육 수준이 실제 행동에 연결되는데 있어서의 어려움을 제시하였다.

③ 취업의 여부

대체적으로 비취업여성이 취업여성보다 환경친화적이라고 분석하고 있으나(이정우·이명숙, 1989; 홍기남, 1992; 홍기남·이승신 외, 1993; 노남숙, 1994), 취업여성이 비취업여성보다 환경친화적이라는 연구도 있고(Eichemberger, 최남숙, 1994 재인용), 취업여부와 환경친화적 소비자행동간에는 유의한 관련이 없다고 구명한 연구도 있다(안길상, 1993).

④ 주거유형

주거의 유형과 환경친화적 소비자행동 국내 연구와 외국의 연구의 결과가 상반되게 나타난다. 즉 국내 연구의 경우는 공동주택 거주자가 단독주택 거주자보다 환경친화적인 행동을 하는 것으로(이정우·이명숙, 1989; 노남숙, 1993)나타난 반면에, 외국 연구에서는 단독주택 거주자가 보다 환경친화적으로 행동하는 것으로 분석된 것이다(Jacobs 외, 1984; Neuman, 1986; Oskamp, 1991).

⑤ 거주지역

거주지역은 환경오염정도나 문화적 배경, 사회적 분위기 및 물리적인 환경에 차이가남으로써 소비자의 행동에 영향을 줄 것이다. 지금까지의 연구들을 보면 환경친화적인 소비자들은 대체로 도시에 거주하는 경향이 있다(Kassarijan, 1971; Buttel & Flinn 1978; Antil, 1984).

3) 자원변수

본 연구에서 선정한 자원변수는 시간자원, 소득, 환경지식, 환경교육 경험, 준거집단의 환경친화적 행동과 지역사회 자원이다. 이들 변수는 성격상 환경자원(준거집단 행동과 지역사회 자원)과 개인자원으로 구분할 수 있으며, 개인자원은 다시 보유의 융통성이 없거나 적은 자원(시간자원과 소득)과 외부에서 제공가능하여 보유의 융통성이 있는 자원(환경지식과 환경교육 경험)으로 구분할 수 있다. 또한 이들 자원변수들은 Rowland 외(1985)의 자원분류³⁾에 근거하여 인적 자원(시간자원, 환경지식, 환경교육 경험),

3) Rowland 외(1985)는 자원을 인간-환경의 개념틀 속에서 건강·신체에너지자원, 시간자원, 지식·기술자원 등의 세 가지 인적 자원과 재정자원 그리고 세 가지 환경자원, 즉 물리적 환경자원, 대인적 자원, 지역사회자원으로 영역을 구분

재정자원(소득) 그리고 환경자원(지역사회자원, 준거 집단 행동)으로 구분할 수 있다.

① 시간자원

환경친화적인 소비자행동은 부차적인 행동이 요구되는 행동으로 적절한 시간자원이 요구되며, 따라서 시간제약은 환경친화적으로 행동하는데 중요한 제약요인이 될 것이다. 비닝과 에브리오(Vining & Ebreo, 1990)는 시간제약을 높게 인지하는 주부가 보다 소극적으로 재활용에 참여한다고 하였고, 박운아(1995)의 연구에서도 시간제약을 크게 인지하는 소비자 집단의 환경친화적 행동수준이 낮았다.

② 환경지식

환경지식과 환경친화적인 소비자행동은 논리적으로 연관되어 있으나 실증적인 연구 결과는 복잡적이다. 우선 환경친화적 소비자가 환경문제에 관하여 더 많은 지식을 가지고 있다는 연구가 다수를 차지하며(황인창, 1990; 이승신 등, 1993; Malony 등 1975; Milstein, 1977; Antil, 1984; Schahn & Holzer, 1990; Oskamp 등, 1991). 이들 연구들은 현재 환경지식의 부족을 지적하면서 지식교육의 중대가 중요하다고 결론 내렸다. 한편 지식과 환경친화적 소비자행동간에 유의미한 관련이 없다는 연구도 있었다(이무영·이정우, 1995; Langeheine 등1986). 이에 대하여 박운아(1995)는 환경지식을 '일반적인 환경문제에 관한 지식'과 '실천적인 지식'으로 나누어 분석하였는데, 실천적인 지식만이 환경친화적인 소비자행동에 의미 있는 영향을 주었다.

③ 환경교육 경험

박운아(1995)의 연구에서는 일반적인 교육수준은 소비자 행동에 영향을 주지 못하였지만 실제적인 환경교육경험은 환경친화적인 소비자행동에 매우 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 노채영 등(1991), 홍기남(1992), 최남숙(1994)의 연구에서도 소비자가 환경교육을 받은 경험이 있거나 교육경험의 빈도가 많을수록 보다 환경 친화적인 행동을 한다고 보고된 바 일반적인 교육수준보다 환경교육 경험은 소비자가 환경친화적으로 행동하는데 훨씬 중요한 영향을

하였다.

줄을 알 수 있었다.

④ 소득

소득이 높을수록 소비자들은 보다 환경친화적으로 행동한다고 한다(서정희, 1986; 이승신, 1993; Henion, 1972; Van Liere & Dunlap, 1980; Vining & Ebreo, 1990)는 연구가 있는가 하면, 펄만과 워렌(Perlman & Warren, 1977), 콘스탄티나와 한프(Constantini & Hnaf, 1972)등의 연구에서는 저소득층의 경우 자원절약에 더욱 적극적이라는 상반된 연구 결과를 보이고 있다. 이것은 종속변수 측정방법에 따른 차이로 자원이 풍부한 고소득층이 포괄적인 소비자행동에서 보다 환경친화적이지만 에너지나 자원의 절약행동과 관련하여서는 자원의 희소성이 큰 저소득층이 보다 적극적인 것으로 생각할 수 있다. 즉 절약행동, 비용감소행동에는 소득과 부적인 관련이 이타적인 행동에서는 소득과 정적인 관련이 있을 것으로 생각되며, 따라서 환경친화적 소비자행동을 어떻게 조작화시켰는지에 따라서 상이한 결과가 나왔을 것으로 추측이 되지만 그것을 세분하여 비교한 연구가 아직 없으므로 이를 확인할 수 없다. 그러므로 종속변수의 조작화에 따른 환경친화적 소비자행동과 소득의 구체적인 관계를 구명하는 일이 본 연구의 과제이다.

⑤ 준거집단의 환경친화적 행동

대부분의 선행연구는 준거집단의 행동이 환경친화적 소비자행동에 영향을 미치고 있음을 보고하고 있다(서정희, 1986; 박운아, 1995; Neuman, 1989; Oskamp 등, 1991). 즉, 준거집단의 환경친화적인 행동은 소비자에게 사회적인 압력으로 작용하여 준거집단이 환경친화적으로 행동할 때 소비자도 환경친화적이 될 것이며, 따라서 환경친화적인 준거집단은 소비자가 환경친화적으로 행동하는 데 있어서 중요한 대인적 자원, 사회환경적 자원이 된다.

⑥ 지역사회 환경자원의 적정도

지역사회의 시설, 설비, 공기, 정책 등 지역사회 환경자원은 소비자행동에 영향을 줄 것이다. 버닝과 에브리오(Vininng & Ebreo, 1990)의 연구에서 재활용

을 안하는 사람은 그 이유로 쓰레기통의 부재, 처리장이 멀다, 폐품을 모아 둘 공간이 없다 등을 지적하고 있는 바 환경친화적 행동을 하기 위한 환경자원이 적정하지 않다면 행동에 영향을 줄 수 있음을 시사하고 있다. 이무영·이정우(1995)의 연구에서 분리수거함의 설치여부 및 세분화 정도가 환경오염 방지행동에 영향을 주는 것으로 나타났고, 엄하정(1993)의 연구에서도 반사회 활동도와 분리수거함의 설치여부가 환경관리행동과 유의미한 관계를 보였다.

III. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

선행연구 고찰 결과 본 연구에서는 사회인구학적 변수, 자원변수와 소비자가치지향이 환경친화적 소비자행동과 관련이 있다고 보고, 구체적으로 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

〈연구문제 1〉 환경친화적 소비자행동에 대한 변수들의 독립적인 영향력은 어떠한가?

〈연구문제 2〉 사회인구학적 변수들의 독립적인 영향력은 어떠한가?

〈연구문제 3〉 자원변수들의 독립적인 영향력은 어떠한가?

〈연구문제 4〉 소비자가치지향 변수들의 독립적인 영향력은 어떠한가?

이상의 연구문제에 대한 실증적 연구모형을 구성하면 〈그림 1〉과 같다.

3. 조사도구의 구성

본 연구의 연구문제를 조사하기 위하여 질문지를 사용하였으며 조사도구는 선행연구를 참고로 연구자가 구성하였다. 구성된 질문지의 타당도는 소비자학 전공자들로부터 검증을 받았으며, 각 척도의 구성은 〈표 1〉과 같다.

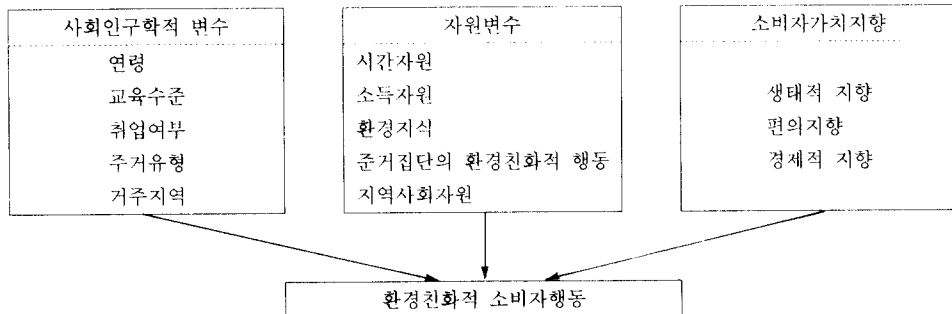
4. 자료의 수집과 분석

실증적 자료는 서울시와 광주시에 거주하는 기혼 여성 소비자 712명을 대상으로 설문지를 통하여 자료를 수집하였으며, 자료의 분석은 SPSS PC+ 프로그램을 이용하여 일원분산분석, 세페의 다중범위검증, 중회귀분석 등을 적용하였다.

IV. 분석결과 및 해석

환경친화적 소비자행동에 미치는 변수들의 상대적인 영향력을 분석한 회귀분석 결과가 〈표 2〉에 제시되어 있다.

사회인구학적 변수, 자원변수, 소비자가치지향 변수의 상대적인 설명력을 알아보기 위하여 회귀식 (1) (2) (3)을 각각 구성하였다. 분석결과에 의하면 자원



〈그림 1〉 연구모형

〈표 1〉 조사도구의 구성

| 변수 유형 | | 내용 | 척도형식 | 문항수 | 범위 | 신뢰도 계수 | |
|-------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------|------|--------|------|
| 종속 변수 | 환경 친화적 소비자 행동 | 구매영역 | 1) 환경오염을 줄이는 상품 구매 2) 쓰레기를 줄이는 상품 구매 3) 자원절약적 상품 구매 | 5점 리커트 | 21 | 21-105 | 0.70 |
| | | 사용영역 | 1) 환경오염감소를 위한 사용 2) 자원 및 에너지 절약과 장기적 사용 | | | | |
| | | 처분영역 | 1) 폐기물량의 감소와 분리수거 2) 재활용 실행 | | | | |
| 독립 변수 | 소비자 가치 지향 | 생태적 지향 | 1) 자연환경과 동식물의 복지지향 2) 시민상지향 | 5점 리커트 | 4 | 4-20 | 0.58 |
| | | 편의지향 | 1) 편의와 소비지향 2) 불편함의 회피 | 5점 리커트 | 3 | 3-15 | 0.64 |
| | | 경제적 지향 | 1) 금전적 보상지향 2) 절약지향 | 5점 리커트 | 3 | 3-15 | 0.67 |
| | 환경지식 | 1) 환경상품의 선택요령 2) 분리수거요령 3) 자원절약요령 4) 환경오염을 줄이는 사용요령 | 정·오 판단 | 15 | 0-15 | 0.85 | |
| | 시간자원 | 1) 개인시간에 대한 전반적인 느낌 2) 가사노동시간 3) 여가활동시간 | 5점 리커트 | 4 | 4-20 | 0.65 | |
| | 준거집단의 환경친화적 행동 | 1) 환경상품구매행동 2) 분리수거화 재활용행동 3) 자원절약과 장기적 사용행동 | 5점 리커트 | 5 | 5-25 | 0.61 | |
| | 지역사회 환경자원 | 1) 재활용센터 2) 분리수거체계 3) 환경상품구매용이성 4) 지역사회조직 활성화도 | 5점 리커트 | 5 | 5-25 | 0.72 | |
| | 환경교육경험 | 환경교육 경험 = 환경강연 + $\frac{TV \cdot 라디오 + 신문 \cdot 잡지 + 서적 + 홍보물 + 소비자정보원}{5}$ 참여횟수 | | | | | |
| | 일반적 특성 | 응답자의 연령, 교육수준, 가계소득, 주거유형, 직업 | | | | | |

변수군($R^2=17.27$)이 가장 큰 영향을 미치고 있으며, 그 다음이 소비자 가치지향변수군($R^2=11.35$), 사회인구학적 변수군($R^2=11.02$)의 순이다. 한편 전체 독립변수들을 모두 포함한 (4)를 중심으로 보면 주거유형, 거주지역, 환경교육 경험, 지역사회 자원의 적정도, 준거집단의 환경친화적 행동, 생태적 지향, 편의지향, 경제적 지향의 8개 변수가 환경친화적 소비자

행동에 유의미한 영향을 미치고 있었으며, 전체 독립변수들의 설명력은 30.35%였다. 각 변수별로 환경친화적 소비자행동에 대한 영향력을 살펴보면 다음과 같다.

〈표 2〉 환경친화적 소비자행동에 대한 회귀분석 결과

| 독립 | | 종속 | | 회귀식1 | | 회귀식2 | | 회귀식3 | | 회귀식4 | | |
|----------------------|----------|----------|---------|----------|----------|----------|---------|----------|----------|----------|----------|---------|
| | | b | β | b | β | b | β | b | β | | | |
| 사회 인구 학적 변수 | 연령 | .111 | .091* | | | | | | | .915 | .076 | |
| | 교육수준 | 1.669 | .144*** | | | | | | | .499 | .044 | |
| | 취업 | 취업(1.0) | -2.056 | -.093 | | | | | | | -2.356 | 6.3E-03 |
| | 주거 유형 | Apt(1.0) | .161 | .081 | | | | | | | .507 | .044 |
| | | 단독(1.0) | 3.670 | .170 | | | | | | | 2.998 | .142** |
| | | 상가(1.0) | 6.774 | .152 | | | | | | | 5.468 | .121*** |
| 거주지역 | 3.951 | .194 | | | | | | | 3.050 | .153*** | | |
| 자원 변수 | 환경지식 | | | .518 | .125*** | | | | | .214 | .051 | |
| | 환경교육 | | | .972 | .123*** | | | | | .673 | .085* | |
| | 시간자원 | | | 7.2E-04 | 2.6E-03 | | | | | .081 | .029 | |
| | 소득자원 | | | -.028 | -9.3E-03 | | | | | -1.9E-03 | -6.1E-04 | |
| | 지역자원 | | | .040 | .018* | | | | | .234 | .106** | |
| | 준거집단 | | | .849 | .338*** | | | | | .633 | .253*** | |
| 소비자 가치 지향 | 생태지향 | | | | | | | .887 | .230** | .579 | .152*** | |
| | 편의지향 | | | | | | | -.879 | -.159*** | -.721 | -.132*** | |
| | 경제지향 | | | | | | | .936 | .189*** | .624 | .126*** | |
| 상수 | | 54.33 | | 44.88 | | 52.14 | | 34.28 | | | | |
| R ² | | 11.02 | | 17.27 | | 11.35 | | 30.35 | | | | |
| 수정 R ² | | 9.93 | | 16.49 | | 10.94 | | 28.37 | | | | |
| F | | 10.09*** | | 22.10*** | | 27.90*** | | 15.40*** | | | | |

** P < .001 ** P < .01 * P < .05

1. 사회인구학적 변수(연구문제 1)

1) 거주지역

광주지역(b=3.050***)의 소비자가 더 환경친화적으로 행동하는 것으로 나타났다. 이는 도시지역의 소비자가 보다 환경친화적이라고 한 선행연구의 결과(Antil, 1984)와는 상반되는 것이다. 이는 본 연구가 농촌과 도시지역간의 비교가 아니라, 환경문제가 가시화되고 일정 수준이상의 사회자원을 갖춘 도시지역을 대상으로 한 것에 기인한 것으로 판단된다.

2) 주거의 유형

주거유형은 빌라·다세대 주택을 기준변수로 하고 아파트 거주, 단독주택, 상가주택 각각 1점을 준 3개의 가변수를 구성하여 분석하였다. 분석 결과 단독주택에 거주(b=2.998**)하는 소비자와 상가에 거주(b=5.468***)하는 소비자가 빌라·다세대 주택에 거주하는 소비자에 비해 환경친화적 소비자행동으로 행동하는 것으로 나타났다. 보다 구체적으로 변수관련을 알기 위하여⁴⁾ 주거유형별로 환경친화적 소비자행동의 실태를 파악하기 위하여 분산분석을 하고 〈표 3〉과 같은 결과를 얻었는데, 상가 거주자가 가장 환경

4) 주거의 유형은 다항목으로 구분되는 명목변수이기 때문에 더미변수로 구성한다고 하더라도 회귀분석만으로는 변수관계를 충분히 이해하기 힘들기때문에 분산분석이 현실적이다.

친화적이며, 보편적인 거주유형⁵⁾인 단독주택과 아파트 거주자는 다세대, 빌라 거주자보다 환경친화적으로 행동하고 있음을 알 수 있다.

〈표 3〉 주거유형과 환경친화적 소비자행동

| 주거유형 | | 환경친화적 소비자행동 | |
|---------|-----|-------------|---------|
| 구 분 | 빈 도 | 평 균 | Scheffé |
| 단독주택 | 200 | 68.87 | a |
| 아파트 | 280 | 67.79 | a |
| 다세대·다가구 | 78 | 62.26 | b |
| 빌라주택 | 77 | 65.26 | b |
| 상가주택 | 34 | 71.94 | c |
| F | | 9.46*** | |

*** P < .001

다세대·다가구 거주 소비자와 빌라 거주자가 다른 주거유형에 거주하는 소비자에 비하여 유의미하게 환경친화적인 정도가 낮은 원인을 분석하기 위하여, 주거유형별 소비자의 주거지위와 주거환경을 비교하여 보았다(〈표 4〉). 가장 환경친화적 소비자행동 수준이 낮은 다세대 거주자는 소득수준이 낮고 지역 사회자원이 적절하지 못하며 준거집단도 친화적이지 못한 것으로 드러났다. 즉, 다세대 거주자는 주거지위와 주거환경이 모두 열악하다. 그리고 빌라거주자의 경우는 주거지위도 높고 환경자원도 적정하지만 준거집단이 가장 환경친화적이지 못하다. 즉, 사회심리적 환경이 불리하다. 이것이 시사하는 바는 다세대나 빌라 거주 자체도 환경친화적 소비자행동에 직접적 관련을 가지며, 다른 집단에 비해 친화적인 정도가 낮은데, 이러한 순수한 본래의 관련에 더하여 다세대나 빌라에 거주하는 소비자들은 환경친화적이기 힘든 요소들을 가지고 있으므로 - 다세대는 주거지위와 물리적, 사회심리적 주거환경, 그리고 빌라는 비친화적인 준거집단같은 사회심리적 환경이 불리 - 드러나는 집단간 행동의 차이는 훨씬 크게 보일 것이라는 점이다.

3) 교육수준

교육수준(b=1.669***)의 경우 사회인구학적 변수만을 포함시킨 (1)식에서는 유의한 영향을 주는 변수로 나타났다. 그러나 독립변수를 모두 포함시킨 (4)에서 교육수준은 의미있는 영향을 주지 않는 것으로 분석되었다. 이의 원인을 알기위하여 변수들을 하나씩 통제하여 보았는데, 환경지식과 환경교육을 통제하였을때 교육수준의 영향이 사라졌다. 소비자 가치지향변수도 한 유형씩 통제하였을때는 변화가 없었으나 세가지 유형을 모두 통제하였을 때 교육수준의 효과가 사라졌다. 따라서 환경지식과 환경교육의 영향, 그리고 소비자 가치지향의 복합적인 영향으로 교육수준의 효과가 사라졌다고 추론할 수 있다.

교육은 기능적 측면과 정의적 측면에서 기본적으로 소비자의 능력향상에 기여하는 것이지만, 우리나라의 경우 환경문제가 근래에 부각된 문제이므로 현재의 성인들이 학교 교육을 통하여 환경지식이나 정보를 습득할 수 있는 기회가 많지 않았기 때문에 교육수준의 영향이 두드러지지 않는 것으로 해석할 수 있다⁶⁾. 따라서 학교교육에서 환경교육을 수학한 소비자 집단이 성인이 되었을 때는 교육수준 정도가 보다 분명하게 환경친화적 소비자행동에 영향을 줄 것이라 예측할 수 있다.

4) 연령

연령(b= .111*)의 경우도 (1)식에서는 소비자의 연령이 높을수록 보다 환경친화적으로 행동하는 것으로 나타났으나, (4)식에서는 무의미한 것으로 분석되었다. 연령은 기타 다른 변수와 큰 상호관련이 보이지 않는 바, 특정한 어느 변수의 영향 때문에 효과가 사라졌다고 보다는, 환경친화적 소비자행동에 대한 연령의 순수한 영향력 자체가 작은데, 기타 변수가 포함됨으로써 그 영향력이 사라져 버린 것으로 추론할 수 있다. 이의 확인을 위하여 변수들을 통제하였는데 어떤 변수도 하나의 변수를 통제하였을 때는, 연령의 효과가 사라지지 않았다. 그리고 자원변

5) 인구 및 주택센서스에 의하면 1990년 현재, 전 인구의 88.8%가 아파트 혹은 단독주택에서 거주하고 있다.

6) 우리나라의 경우 환경과목이 중등과정에서 독립과목으로 교육과정에 포함된 것은 1995년 이후이다.

〈표 4〉 주거유형별 소비자의 소득과 환경자원 수준 비교

| 주거의 유형 | | 소득수준 | 지역사회 자원 | 준거집단의 친화적 행동 | 연령 |
|---------|-----------|---------|------------|-----------------|----------|
| 구분 | 빈도 | | | | |
| 단독주택 | 206 - 210 | 195.66 | 11.65 | 17.69 | 41.07 |
| 아파트 | 280 - 292 | 223.34 | 15.83 | 18.31 | 37.60 |
| 다세대·다가구 | 78 - 83 | 189.04 | 12.34 | 17.19 | 34.54 |
| 빌라 | 77 - 79 | 222.41 | 13.62 | 16.63 | 36.81 |
| 상가 | 38 - 39 | 201.41 | 12.92 | 18.03 | 37.74 |
| F | | 7.55*** | 32.25*** | 3.69** | 12.65*** |

*** P < .001 ** P < .01

수준 전체, 그리고 소비자가치지향변수군 전체에 대해서도 마찬가지였고, 회귀식에 포함된 모든 변수를 통제한 후에야 연령의 효과가 없어졌다.

5) 취업여부

취업여부에 따라 소비자집단을 구분하였을 때, 비취업 여성과 취업여성간에 환경친화적 소비자행동에 의미있는 차이가 없었다. 그러므로 많은 선행연구들에서 비취업여성이 보다 환경친화적인 것으로 분석된 것은 취업자체의 독립적인 효과라기 보다는 시간 자원 등 기타 요인들의 영향에 기인한 것이라고 추론된다. 이의 확인을 위하여 소비자를 취업여부 및 직종으로 구분하여 환경친화적 소비자행동 정도를 비교하여 보았다.

〈표 5〉 취업여부와 환경친화적 소비자행동

| 취업여부 | | 환경친화적 행동 |
|------|-----|----------|
| 구분 | 빈도 | 평균 |
| 비취업 | 459 | 67.85 |
| 취업 | 216 | 66.30 |
| t | | 3.63* |

* P < .05

분석결과 〈표 5〉에서 보는 바와 같이 두 집단간 의미있는 차이를 볼 수 있었으며, 비취업 여성이 보다 환경친화적으로 행동하는 것으로 나타났다. 위의 결과를 요약하면 회귀분석 결과 유의미한 영향이 보이지 않았으므로, 취업자체가 독립적으로 환경친화

적 소비자 행동에 의미있는 영향을 주지 않지만, 시간자원 등의 영향을 받아서 드러나는 현상으로는 비취업여성이 취업여성보다 환경친화적으로 행동하는 경향을 보인다. 따라서 실제적인 정책이나 교육 프로그램에서는 이러한 집단간 차이를 고려하는 것이 필요하다.

2. 자원변수 (연구문제 2)

1) 준거집단의 환경친화적 행동

준거집단의 환경친화적 소비자행동($b = .633^{***}$)은 환경친화적 소비자행동에 영향을 미치는 제 변수 중 상대적 영향력이 가장 큰 변수($\beta = .253^{***}$)로 확인되었다. 환경친화적인 준거집단은 소비자로 하여금 환경친화적으로 행동하는데 유리한 대인적 자원이며 사회환경자원이 된다. 결국 한 개인이 어떤 집단에 소속되어 있는지는 행동의 방향을 정하는데 결정적 요인이 됨을 알 수 있다.

준거집단의 소비자행동은 환경친화적 소비자행동에 왜 이렇게 강한 영향을 주는 것일까? 그 원인의 하나는 한국인의 보편적 의식에서 찾을 수 있다. 한국 사회는 인간의 등가치적(等價的) 유형화가 뼈대를 이루고 있으며, 한국인의 주요한 사고방식을 형성하고 있다. 따라서 한국인의 의식은 집단성을 추구하여, 집단속에서 자기 자신이 두드러지는 것을 삼가하고 남의 이목을 의식한다. 즉, 다른사람과 비슷해야 하는 것인데, 이러한 현상은 좋은 것이든 나쁜 것이든 다양한 측면에서 드러나고 있다. 다른 사람

들이 하는 것을 따라서 하는(행동이 타인 행동의 함수인), 일종의 밴드왜건(Bandwagon)효과가 강한 사회라고 할 수 있을 것이다. 특히 환경친화적 소비자 행동에 대한 준거집단의 영향이 강한 것은 행동의 현시성 혹은 사회성에서 기인한 것으로 생각된다. 환경오염을 줄이는 사용이라거나 분리수거, 재활용 등 환경친화적 소비자행동의 많은 부분은 다른 사람에게 드러나기 쉬운 행동이다. 또한 환경문제에 대한 사회적인 관심이 크기 때문에 그렇게 행하지 않았을 경우 받게 될 사회적인 평가에 대한 위험 인지가 높다. 결국 이러한 현시성, 사회적 관심, 높은 위험인지 때문에 환경친화적 소비자행동에 대하여 준거집단의 영향이 강하게 작용하는 것으로 판단된다.

2) 지역사회자원

지역사회 환경자원($b=.234^{**}$)이 적절한 소비자가 환경친화적으로 행동하는 것으로 분석되었다. 본 연구의 결과로 환경자원의 중요성이 확인되었으며, 환경친화적 소비자행동의 사회적인 정착을 위하여 지역사회 자원이 개선되어야 한다. 즉 현재의 정책이나 교육이 주로 개인의 가치와 행동의 변화를 요구하는 것이고, 또한 그것이 환경위기의 보다 궁극적인 해결안(목표)이 되겠지만, 목표에 도달하기 위해서는 우선 필요 조건을 갖추어야 하며, 그렇지 않았을 경우 현실적으로 문제를 해결하기 어렵다.

3) 환경교육 경험

환경교육 경험($b=.673^{***}$)이 풍부할수록, 소비자는 환경친화적으로 행동한다. 한편 응답자간 환경교육 경험의 수준의 차이는 실제로 아주 작은 것⁷⁾으로 나타났는데, 그럼에도 불구하고 그 작은 차이가 소비자 행동에 영향을 주는 것으로 판명된 본 연구의 결과는 환경교육의 중요성과 가능성을 확인시켜 주는 것이다. 따라서 앞으로 환경교육이 체계화되고 활성화되어 소비자의 참여도가 높아진다면 소비자행동이 환경친화적인 방향으로 진전될 가능성이 매우 크다

7) 전체 응답자의 약 90%가 55점(100점 만점을 기준으로)이하에 분포되어 있다.

8) 응답자 평균이 57점(100점 만점 기준)으로 낮은 수준이며, 59.1%가 53-73점 구간에 집중분포 되어 있다.

고 할 수 있다.

4) 환경지식

자원변수만으로 구성된 (2)식의 결과로 보면 환경지식($b=.518^{**}$)이 많을수록 환경친화적으로 행동하는 것으로 나타남으로써, 환경지식이 환경친화적 소비자행동에 정적인 관련을 갖는 것으로 분석된 선행연구(황인창, 1990; 이승신, 1993; Schahn & Holzer, 1990; Oskamp, 1991) 결과와 일치하고 있다. 그러나 (4)식에서는 환경지식의 유의미한 영향력이 사라졌다. 이의 원인을 알기 위하여, 다른 변수들을 하나씩 통제하였는데, 환경지식의 효과를 사라지게 하는 변수는 없었으며, 오히려 교육수준의 경우는 환경지식 때문에 영향력이 사라졌다. 다음으로는 변수군별로 통제해 보았는데, 사회인구학적 변수군을 통제하였을 때는 변화가 없었고, 소비자 가치지향 변수군을 통제하였을 때 환경지식의 효과가 사라졌다. 이러한 결과가 나오는 것은 환경지식이나 소비자 가치지향은 생득적인 것이라기 보다는 다양한 환경교육의 영향으로 형성되는 것으로, 따라서 환경지식이 많은 사람은 소비자가치지향도 환경친화적인 성향을 가지고 있을 것이다. 결과적으로 이러한 가치지향의 영향을 받아 환경지식이 많은 사람이 환경친화적인 것으로 나타나는 것이며, 가치지향의 영향을 통제하면 그 효과가 사라지는 것이다.

한편 소비자능력의 인지적 영역이며 중요한 인지적 자원인 지식이 환경친화적 소비자행동에 영향력이 약한 것으로 분석된 이유는 소비자의 환경지식 절대수준이 낮고 또한 소비자간에 차이가 적은 것⁸⁾에 기인한 것으로 판단된다.

5) 시간자원

앞에서 환경친화적 소비자행동은 시간 요구적인 행동이며, 따라서 소비자가 시간자원이 많을수록 환경친화적으로 행동할 것이라고 예상하였는데, 회귀 분석 결과 시간자원의 독립적인 영향력이 나타나지

않았다.

그러나 <표 6>에서 보면, 시간자원이 풍부한 집단이 시간자원이 적은 집단 보다 환경친화적으로 행동하고 있음을 볼 수 있다. 회귀분석 결과 유의미한 관련이 나타나지 않았으므로 시간자원의 독립적인 영향은 없다고 하더라도, 현상적으로 시간자원이 풍부한 집단이 더 환경친화적으로 행동하는 경향을 보이고 있는 것이며, 소비자정책이나 교육 프로그램 구성시 이와같은 집단의 특성을 고려하는 것이 필요하다.

<표 6> 시간자원과 환경친화적 소비자행동

| 시간자원 | | 환경친화적 소비자행동 | |
|---------------|-----|-------------|---------|
| 구 분 | 빈 도 | 평 균 | Scheffé |
| 하집단(13점 이하) | 207 | 66.92 | a |
| 중집단(14 - 17점) | 302 | 67.26 | ab |
| 상집단(18점 이상) | 163 | 67.29 | b |
| F | | 3.75** | |

** P < .01

6) 소득

월평균 가계소득은 환경친화적인 소비자행동에 독립적인 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 그간의 선행연구들은 환경친화적 소비자행동에 대하여 '복합적인' 관련을 제시하고 있는데, 그 이유는 환경친화적 소비자행동이 경제적인 측면에서 볼 때 비용절약적인 측면과 추가비용 부담이라는 2가지 차원을 복합적으로 가지고 있기 때문인 것으로 판단된다. 즉, 저소득층은 비용절약을 위하여 환경친화적으로 행동하고, 고소득층은 환경친화적 소비자행동을 실천에 옮길 수 있는 경제 능력을 갖추었기 때문에 상대적으로 환경친화적 소비자행동 수준이 높게 나오는 것이다.

그러므로 본 연구에서는 환경친화적 소비자행동을 '경제적으로 절약이 되는 행동' <차원 1>과 '절약과 무관하거나 혹은 추가비용이 부담되는 행동' <차원 2>의 2가지 차원으로 구분하여 분산분석하였는데, <차원 1>에 대해서는 저소득층 집단이, <차원 2>에 대해서는 고소득 집단이 보다 환경친화적으로 행동하

는 것으로 드러났다. 또한 회귀분석 한 결과, 마찬가지로 (차원1)의 행동에 대해서는 저소득($b = -.11e-06$; $\beta = -.067^*$)일수록, (차원2)의 행동에 대해서는 고소득($b = 1.77e-06$; $\beta = .931^{**}$)일수록 환경친화적으로 행동하는 것으로 나타난 바, 독립적인 영향을 미치고 있음도 확인되었다. 이러한 결과는 환경친화적 소비자행동에 대한 소득의 구체적인 관련유형 - 절약행동에 대해서는 부적관련, 추가비용부담행동에 대해서는 정적관련 - 을 명확하게 구명해준다. 결과적으로 본 연구에서 소득의 독립적인 영향이 의미없는 것으로 나온 것은 종속변수에 두가지 다른 차원이 통합되어 있어서 그 영향력이 상쇄되었기 때문인 것으로 판단된다.

3. 소비자 가치지향(연구문제 3)

1) 생태적 지향

생태적 지향($b = .579^{***}$)이 강할수록 소비자는 환경친화적으로 행동하는 것으로 나타났는데, 생태적 지향은 또한 세가지 유형의 가치지향 중 영향력이 가장 큰 변수($\beta = .152^{***}$)이기도 하다.

환경친화적인 소비자행동은 자신의 욕구만이 아니라 자신의 행동에 대한 사회와 환경에의 영향을 고려하는 윤리적 성격을 갖는 행동으로 생태적 지향은 환경친화적으로 행동하는데 선행요건이 될 것이다. 소비자는 자신의 행동이 타인에게 미치는 해로운 영향을 인식할 때, 환경문제에 대한 자신의 책임을 인식할 때, 해로운 결과를 줄이고 제거하려는 도덕적 의무감을 느끼게 되는데 이 규범이 행동의 동인이 된다.

2) 편의 지향

편의지향($b = -.721^{***}$)이 낮을수록 환경친화적으로 행동하는 것으로 나타났다. 불편함을 회피하고 안락함을 지향할수록 환경친화적 수준이 낮은 것으로 분석된 본 연구의 결과는, 교육을 통하여 소비자의 끊임없는 편의성의 추구가 옳지 않다고 설득하는 것과 동시에 시장환경을 개선시켜 주거나 재활용, 분리수거 체계를 편리하게 해주는 것이 효과적일 것임을

〈표 7〉 소득과 환경친화적 행동

| 소득 수준 | | 차원1(경제적) | | 차원2(비경제적) | |
|---------------|---------|----------|---|-----------|---|
| 구 분 | 빈 도 | 평 균 | S | 평 균 | S |
| 하집단(150만원 이하) | 210-215 | 30.23 | a | 37.27 | a |
| 중집단(230만원 이하) | 237-242 | 28.74 | b | 37.29 | a |
| 상집단(231만원 이상) | 208-213 | 29.38 | a | 39.05 | b |
| F | | 4.32** | | 6.21*** | |

*** P < .001 ** P < .01

시사한다.

3) 경제적 지향

경제적 지향(b=.624***)이 강할수록 소비자들이 환경친화적으로 행동하는 것으로 분석되었다. 이 결과는 금전적인 동기가 없으면 소비자들은 더 이상 재 활용에 참여하지 않는다는 갤러 등(Geller, Winett & Evert, 1982), 그리고 경제적 동기가 환경친화적 행동에 정적인 영향을 미친다는 오스캠프 등(Oskamp & Harrington, 1991)의 연구 결과와 일치하는 것이다.

소비자들은 경제적으로 이익이 된다거나 비용이 절감된다고 생각할 때 환경친화적으로 행동한다는 이상의 결과는, 환경친화적 소비자행동이 근원적으로 윤리성에서 출발하는 행동이라고 해도, 직접적으로 행동을 유발시키는데는 경제적 동기가 주어지는 것이 필요하며, 따라서 경제적 동기에 근거한 환경정책들이 상당히 효과적일 것임을 시사한다.

V. 결론

본 연구의 결과로 환경친화적인 소비자의 프로필을 그려본다면 다음과 같다 이들은 연령이 많고 다세대나·빌라 이외의 주택에 거주하고, 주변의 이웃들이 환경친화적으로 행동한다. 살고 있는 동네는 분리수거체계나 재활용체계가 잘 갖추어져 있으며 환경상품을 구매하기 쉽고, 부녀회 등 자치조직 활동이 활발하게 이루어지고 있다. 한편 이들은 환경정보에 민감하여, 매스컴의 환경정보를 주의깊게 듣는 경향이 있으며 환경강연에도 참여하며, 환경지식도

많은 편이다. 자신의 행동이 타인이나 사회, 환경을 이롭게 한다고 느끼거나 절약이 된다면 자신의 생활이 다소 불편해지거나 번거롭더라도 적극적으로 행동하는 성향을 가지고 있다. 그리고 무엇보다도 큰 특징은 이들 주변에는 환경친화적인 이웃이나 친지가 있다는 것이다.

본 연구 결과를 중심으로 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

첫째, 생태적 지향이 강할수록 환경친화적으로 행동하였다. 즉 환경친화적 소비자행동은 타인, 나아가서 사회공동체의 복지를 고려하고 생태계의 보존을 지향하는 행동, 즉 옳고 그름을 판단하는 윤리성, 시민성에서 출발한 행동인 것이다. 따라서 환경친화적으로 행동하기 위해서 소비자는 개인적 차원에서의 합리성을 판단하는 것만으로는 안되고 사회적 차원의 합리성을 판단해야 하며, 그렇게 하기 위해서는 개인의 욕구를 사회, 환경과 조화시키는 생태적, 이타적 가치관으로의 전환이 선행되어야 한다.

환경친화적 소비자행동이 윤리성에 기반한 행동이라고 하더라도 실질적으로 소비자행동을 환경친화적으로 활성화시키기 위해서 경제적 동인은 또한 중요하였다. 윤리적인 행동도 자기이익이 있어야 행하는 이러한 현상의 원인이 편의와 경제성을 추구하는 현대 소비자의 기본적인 욕구에서 기인한 것인지, 아니면 경제성을 기반으로 하는 대부분의 제도와 정책 때문인지는 확인할 수 없으나, 환경친화적 소비자행동은 근원적으로 윤리성에서 출발한 행동이지만 활성화시키기 위해서는 경제적 동인이 주어져야 함을 결론 내릴 수 있다.

결국 경제학적 접근 및 생태학적 접근이 모두 환

경친화적 소비자행동을 설명하는데 유효하며 상호보완적으로 이용하여야 한다는 사실이 입증된 것이다. 즉, 경제적 동인을 부여하는 것만으로는 궁극적인 환경문제 해결에 도달할 수 없으며, 이타심에 호소하고, 사회와 환경에 대한 책임을 강조하는 것만으로는 현실적으로 소비자 행동을 환경친화적으로 전환하는데 실효가 적다.

둘째, 인적, 물적자원이 풍부하고 사회적, 물리적 환경자원이 적절한 소비자가 환경친화적으로 행동하는 것으로 분석되었다. 본 연구에서 선정된 자원변수는 성격상 크게 환경자원과 개인자원으로 구분되며, 개인자원은 다시보유의 용통성이 적은 자원(시간과 소득)과 용통성이 있는 자원(환경지식과 환경교육)으로 구분되는데, 연구 결과 환경자원과 용통성이 있는 개인 자원인 환경지식과 환경교육 경험의 영향이 큰 것으로 분석되었다. 그러므로 어떤 소비자라도 적절한 정책과 교육이 주어진다면 소비자의 행동을 환경친화적으로 개선시킬 수 있는 가능성이 크다고 할 수 있다. 즉, 구매시장 환경이나 처분환경 등 소비자의 환경자원을 개선시켜 주거나 환경교육 프로그램을 활성화시켜서 환경교육의 경험을 높여준다면 소비자행동을 환경친화적으로 바꾸는데 효과가 있을 것이다. 특히 내인적 자원이며 사회환경자원에 속하는 '환경친화적인 준거집단'은 모든 변수 중 그 영향력이 가장 큰 변수인 것으로 나타나 준거집단을 이용한 교육 및 의견선도자를 대상으로 하는 교육이 매우 효과적일 것임을 시사하였다.

세째, 사회인구학적 변수는 본 연구에서 영향력의 크기가 작지는 않았으나 설명력의 대부분이 주거유형과 거주지역에 의한 것이었고 개인의 특성에 의한 것은 적었으므로, 환경친화적인 소비자는 특정 유형의 소비자 집단이 아님을 확인할 수 있었다. 다만 변수자체의 직접적 관련을 아니지만 기타 요인들의 영향으로, '연령이 적은 집단'과 '취업여성 집단'은 환경친화적 행동 정도가 낮은 것으로 나타났는데, 따라서 정책과 교육 프로그램에서는 이들 집단에 대한 배려를 하는 것이 필요할 것이다.

【참 고 문 헌】

- 1) 김명자, 「동서양의 과학전통과 환경운동」, 동아출판사, 1991.
- 2) 노남숙, "환경관리지식 인지도와 환경관리행동", 이화여대 대학원 석사학위 청구논문, 1993.
- 3) 노영화, 강성진, "환경보전을 위한 소비생활 개선 방안 연구", 연구보고서, '92-12, 한국소비자보호원, 1992.
- 4) 노채영·신효식·조혜정, "환경문제에 대한 소비자의 의식과 행동에 관한 연구", 한국가정관리학회지, 제 9권 2호, pp.49-62, 1991.
- 5) 문순홍, "환경문제와 생태사상", 「교양환경론」, 유네스코 한국위원회(편), pp.179-214, 도서출판 따님, 1995.
- 6) 박운아·이기춘, "환경의식적 소비자행동에 관한 연구", 대한가정학회지, 제33권 4호, pp.199-212, 1995.
- 7) 서정희, "환경문제 측면에서 본 소비자행동에 관한 연구", 서울대 대학원, 석사학위 논문, 1986.
- 8) _____, "환경문제에 관한 소비자기능과 관련변수에 관한 연구", 한국가정관리학회지, 제 9권 2호, pp.93-101, 1991.
- 9) 신영철, "환경문제의 경제학적 이해", 「교양환경론」, 유네스코 한국위원회 (편), pp.129-178, 도서출판 따님, 1995.
- 10) 안길상·정영주·이기주·이동섭, "생활쓰레기 분리배출 및 재활용에 적극적인 소비자의 특성에 관한 연구", 한국 소비자학회, 환경문제와 소비자, pp. 55-72, 1993.
- 11) 안향아, "주부의 환경문제 인식정도가 환경관리 행동에 미치는 영향", 이화여대 대학원, 석사학위논문, 1994.
- 12) 엄하정, "환경오염 감소와 관련된 주부의 관리 행동", 한국가정관리학회지, 11권 2호, pp. 169-181, 1993.
- 13) 유두련, "가정생활환경의 변화와 소비자문제", 「소비자학 연구」, 제2권 2호, pp. 41-54, 1991.
- 14) 이승신·이혜임·류미현, "환경보존을 위한 소

- 비자 능력”, 한국소비자학회, 「환경문제와 소비자」, pp.2-37, 1993.
- 15) 이승신 · 김기옥 · 김경자 · 심영 · 정순희, 「가계 경제학」, 학지사, 1996.
 - 16) 이정전, 「녹색 경제학」, 한길사, 1994.
 - 17) 최남숙, “서울시 주부들의 환경교육과 환경보전 행동에 관한 연구”, 이화여대 대학원 박사학위 청구논문, 1994.
 - 18) 한정자 · 김양희 · 김이선, 환경과 여성의 역할, 한국여성개발원(미간행), 1993.
 - 19) 홍기남, “생활환경문제에 대한 주부의 소비자의 식과 행동에 관한 연구”, 전남대학교 대학원 석사학위 청구논문, 1992.
 - 20) Anderson W.T., K.E.Henion, & E.P.Cox, “The Socially vs. Ecologically Responsible Consumers”, *Proceedings of th 36th combined Conference*, AMA, 1974.
 - 21) Antil, J. H., “Socially Reponsible Consumer: Profile and Implications for Public Policy”, *Journal of Macromarketing*, pp.18-36, Fall, 1984.
 - 22) Buttel, F. H. and W. L. Flinn, “Age and Environmental Concern: A Mulivariate Analysis”, *Youth & Society*, 10, pp.237-256, 1978.
 - 23) Contantini, E. and K. Hanf, “Environmental Concern at Lake Tahoe: A Study of Elite Perceptions, Backgrounds and Attitudes”, *Environment and Behavior*, Vol.4, pp.209-242, 1972.
 - 24) Granzin, Kent L. and Janeen El. Olsen, “An Investigation of the Characteristics of Participants in conservation and Environmental Protection: An Emphasis on Helping Behavior”, in Mary C. Gilly et al.(eds), *AMA Educators' Proceeding: Enhancing Knowledge development in Marketing*, Vol.2 (Sum), Chicago, IL: AMA .177-186, 1991.
 - 25) Henion, K.E., “The Effect of Ecologically Relevant Information on Detergent sale”, *Journal of Marketing Research*, Vol.9, pp.10-14, 1972.
 - 26) Jacobs, H.E., J.S.Bailey and J.I. Crews, “Development and Analysis of a Community -Based Resources Recovery Program”, *Journal of Politics*, Vol.65(May), pp.129-145, 1984.
 - 27) Kassajian, H. H., “Incorporating Ecology into Marketing strategy: The Case of Air Pollution”, *Journal of Marketing*, Vol.35., No.3, pp.61-65, 1971.
 - 28) Kinnear, T. C., J. R. Taylor and S. A. Ahmed, “Ecologically Concern Consumers: Who are They?”, *Journal of Marketing*, Vol.38., pp.20-34, 1974.
 - 29) Malony, M. P., Ward, M. O. and Braucht, C. N., “A Revised Scale for the Measurement of Ecological Attitudes and Knowledge”, *American Psychologist*, 30, pp. 787-790, 1975.
 - 30) Milstein, J., “Attitudes, Knowledge and Behavior of American Consumers Regarding Energy Conservation with Some Implications for Government Action”, *Advances in Consumer Research*, 5, pp. 315-321, 1977.
 - 30) Murphy, E., “Environmentally Concerned Consumers; Demographic Dimension”, *AMA Combined Proceedings*, 43, American Marketing Association, 1978.
 - 31) Neuman, K, “Personal Values and Commitment to Energy Conservation”, *Environment and Behavior*, Vol.18, pp.53-74, 1986.
 - 32) Oskamp, S. et al., “Factors Influencing Household Recycling Behavior”, *Environmental and Behavior*, Vol.23, No.4, pp.494-519, 1991.
 - 33) Perlman, R. and R.Warren, *Families in the Energy Crisis: Impacts and Implication for Theory and Policy*, Cambridge, MA: Ballinger Publishing Co.
 - 34) Rowland, Dodder & Nickols, “Perceived adequacy of resource: Development of scale”, *Home Economics Research Journal*, 14(2), pp.218-225, 1985.
 - 35) Samdahl, Diane M and Robert Robertson, “Social Determinants of Environmental Concern: Specification and Test of the Model”, *Environment and*

- Behavior*, Vol.21, pp.57-81,1989.
- 36) Schan, J. and Holzer, E., "Studies of Individual Environmental Concern: The Role of Knowledge, Gender and Background Variables", *Environment and Behavior*, Vol., 22, No.6, pp.767-786, 1990.
- 37) Stern, P. C., Dietz, T. and Kalof, L., "Value Orientation, Gender and Environmental Concern", *Environment and Behavior*, Vol.25, No.3, pp. 322-348, 1993.
- 38) Van Liere, K. D. and Dunlop, R. E., "The Social Bases of Environmental Concern: A Review of Hypotheses, Explanations and Practical Evidence", *Public Opinion Quarterly*, Vol.44, pp.181-197, 1980.
- 39) Vining J. and A. Ebreo, "What Makes Recycle?: A Comparison of Recyclers and Nonrecyclers", *Environmental Behavior*, Vol.22, Jan., pp.55-73, 1990.
- 40) Young, D. R., "Encouraging Environmentally Appropriate Behavior: The Role of Intrinsic Motivation", *Journal of Environmental Systems*, Vol.15, No.4, pp.282-292, 1986.