

청소년 소비자의 환경친화적 소비행동에 관한 연구*

A study on Environment-friendly Consumption of Adolescents Consumer*

건국대학교 소비자·주거학과
부교수 김시월

Dept. of Consumer Science and Housing, Konkuk Univ.

Associate Professor : Kim, Si Wuel

◁ 목 차 ▷

- | | |
|------------|--------------|
| I. 서론 | V. 연구결과 및 해석 |
| II. 이론적 배경 | VI. 결론 |
| III. 연구문제 | 참고문헌 |
| IV. 연구방법 | |

< Abstract >

This study was intended to investigate specific plan to enhance the adolescents consumers' environment-friendly consumption behavior in their consumption. For this purpose, a questionnaire was conducted among middle and high school students. As a result, the following findings were obtained:

The related items in the questionnaire were categorized into factors in an attempt to investigate consumers' environment-friendly consumption. Factor I was coded as active recycling and the use of refilled products and Factor II was coded as the behavior of active savings. Adolescents consumers with more experiences in environmental activity showed the higher level of behavior of environment-friendly consumption, and female adolescents consumer did so than male adolescents consumer. And adolescents consumers showed the higher level of practical behavior of environment-friendly consumption in case of data and document arrangement than in case of cleaning, and in case of voluntary social service than in case of only cleaning.

주제어(Key Words): 환경의식(environment consciousness), 환경친화적 소비행동(environment-friendly consumption), 청소년 소비자(adolescents consumers), 환경활동경험(experiences in environmental activity).

Corresponding Author: Si-Wuel Kim, Department of Consumer Science and Housing, Konkuk University, 1-Hwayang-dong, Gwangjin-gu, Seoul 143-701, Korea Tel:82-2-450-3775 Fax: 82-2-444-1058 E-mail : october@konkuk.ac.kr

* 이 논문은 2001년도 건국대학교 학술진흥연구비 지원에 의한 논문임.

I. 서론

환경문제가 대두된 원인은 대략 인구의 급증, 생산량과 소비량의 증대, 자연에 대한 인간의 우위사상, 인간의 이기심, 인간의 근시적인 생각 등을 들 수 있다. 그리고 우리 인간의 산물욕구가 생존·편리·쾌락으로 변해가고, 경제활동에서 생산·분배·소비되는 산물량 증가와 맞물리면서 파생되는 유해물질의 증가로 인한 환경변화의 위험, 즉 환경문제가 심각해졌다고 볼 수 있다.

소비자와 환경과의 상호작용을 이해한다면, 소비자는 생활자와 시민으로서 바람직한 환경을 위해 무엇인가 공헌해야 함을 의미한다. 이는 소비자가 스스로 쾌적한 환경에서 살 권리가 있지만, 반대로 쾌적한 환경을 유지해야 할 의무이자 책임도 있음을 의미한다. 환경문제에 대한 사회적 인식은 어느 정도 널리 확산되어, 그 심각성을 재론할 필요는 없지만, 인식이 행동까지 연결되기 위한 노력이 필요하다. 특히 환경친화적인 소비생활의 사회적인 확산을 위한 소비자 교육의 정체성 확립은 소비자의 삶의 질과 밀접한 관련이 있으므로 이에 대한 연구가 필요하다.

지금까지 환경과 관련된 연구를 살펴보면, 내용면에서는 사회 책임적 소비자와 관련된 연구(Anderson & Cunningham, 1972; Kinnear & Taylor, 1973; Turker, 1980; Geller, 1989; Hopper & Neilsoen, 1991), 소비자의 환경의식, 척도개발과 관련된 연구(서정희, 1991; 이승신 외, 1993; 김용숙, 1996; 유두련 외, 1996; 민현선 외, 1999), 그리고 쓰레기 및 전반적인 재활용 의식 및 행동과 관련된 연구(강성진, 1992, 東京都 清掃局, 1992; ごみ行政研究会編, 1992; 이종렬, 1994; 김수경, 1995; 한국소비생활 연구원, 1995; 田中和子·村山馬子·竹中はる子, 1996; 近·惠·小林茂雄, 1996; 조향숙, 1997; 김시월 외, 1999) 등 다양하게 연구되었다.

이러한 연구의 결과가 제시하는 것을 요약하면, 일반적으로 소비자는 환경과 관련된 의식은 높지만 그 의식을 행동으로 실천하는 데에는 많은 부족함이 뒤따른다고 지적하고 있으며, 그 구체적인 행동의 강화를 위한 제안에는 연구가 부족하였다. 또한

연구 대상에서는 주로 성인을 주된 대상으로 하였는데, 이는 그들이 생산의 주체적인 역할자로 소비의 전반적인 계획, 구매, 사용, 처리의 과정에 모두 참여하기 때문으로 간주된다.

또한 이를 바탕으로 하여 1990년대 후반부터 구체적으로 소비자와 환경친화적 생활에 관한 연구가 수행되어 소비자의 환경친화적 소비행동의 의식, 장애요인, 그리고 정책과 관련된 다양하고 구체적인 연구(권봉애·강이주, 1995; 구도완, 1996; 김혜선, 1997; 박선영, 1997; 박성미, 1997; 김영순, 1997; 민현선, 1998; 이성우·김재필, 1998; 오해섭, 1998; 이현석, 1999; 이태동, 1999; 장성근, 1999; 이종호 외, 2000; 이득연, 2000)가 진행되고 있다.

이러한 기존 연구들은 대상에 따라 다양한 내용을 제시하고 있어, 모든 대상의 경우에는 소비자의 환경의식과 행동의 중요성과 연결성을 지적하였으며, 청소년 소비자의 경우는 환경교육의 중요성 및 그 실천 방안의 중요성을 지적하고 있다. 그리고 환경과 관련된 교육은 현장실습 및 견학 등의 경험이 중요함을 지적하고 있으며 실천적인 소비행동에 관하여 강화할 수 있는 구체적인 강화 방안에 대한 연구가 필요함을 지적하고 있지만 구체적인 연구는 부족한 실정이다.

또한 최근 들어 청소년 소비자의 사회봉사 영역이 학교를 중심으로 강화되면서 많은 영역으로 확대는 되고 있으나, 아직까지 우리 사회에서 뿌리 깊게 자발적인 사회체계로 자리 잡지 못하고 있는 실정이므로 청소년 소비자의 환경 문제에 대한 심각성 인식 및 환경관련 교육에서 행해지는 다양한 환경활동 경험이 환경친화적 소비행동으로 연결될 수 있도록 관련 연구가 필요하다.

일반적으로 소비는 계획, 구매, 사용, 처분을 포함하는 일련의 과정을 의미하므로, 환경을 고려한 환경친화적인 소비자의 소비행동은 이 4단계가 모두 고려되어야 한다. 그러나 본 연구에서 주요 대상인 청소년 소비자는 자유 재량액의 한정과 소득보다는 예비소비의 습득단계이므로 소비자 교육내용이나 과정에서는 계획과 구매보다 사용 및 처분이 중요하므로 이 단계를 중심으로 연구하고자 한다.

따라서 본 연구의 구체적인 내용은 청소년 소비자의 환경관련 인식 및 환경활동 경험을 살펴보고, 환경친화적 소비행동의 정도를 살펴보고자 한다. 그리고 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동에 대한 관련변수의 상대적 영향력을 파악하여, 구체적인 환경친화적 소비행동을 고취시킬 방안을 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 환경친화적 소비행동의 개념

환경친화적 소비는 소비의 일반적인 과정인 계획, 구매, 사용, 처분 등의 모든 단계에서 '환경', '생태', '사회적 책임' 등이라는 개념과 복합적으로 관계되었다고 볼 수 있다. 따라서 환경친화적 소비와 유사한 용어로는 '환경 의식적 소비행동', '환경 보전적 소비행동', '환경 보호적 소비행동', '환경문제를 의식하는 소비행동', '환경친화적 소비행동' 등으로 나타나고 있다.

이를 구체적으로 보면 우선 Fisk(1973), Antil과 Bennet(1979) 등은 개인의 소비가 환경 및 자원문제와 관련된 사적인 욕구의 충족뿐만 아니라 사회의 총체적인 복지에도 관심을 기울일 수 있도록 동기화가 필요한데 이를 사회 책임적 소비라고 정의하고 있다. 그리고 Peattie(1992)는 환경에 대해 덜 부정적이거나 더 긍정적인 영향을 미치는 소비행동을 환경친화적 소비행동으로 보았는데, 이는 소비자들이 그들의 재화의 획득, 사용, 처리 등의 일련의 소비의 모든 단계에서의 행동으로 보았다. 계선자(1997)는 환경친화적 환경의식 및 행동을 소비자가 생태학적 입장에서 특정 제품이나 용역의 구매, 소유, 사용, 처분하려는 일관성 있는 심적인 성향으로 자원의 절약, 재활용, 환경오염의 방지 등의 의미를 인식함으로써 자신의 욕구 충족뿐만 아니라 사회의 전반적인 복지향상, 나아가 전 인류의 생존까지도 함께 고려하는 책임 있는 소비자의 태도 및 행동을 포함하였다.

또한 최남숙(1994)도 환경의 질 향상을 위해 일

상생활 중 자원의 구매, 사용, 폐기의 생활관리 과정에서 환경문제를 야기 시키는 행동을 배제하고, 생태적인 생활양식을 선택하며, 또한 자발적으로 풍요로운 삶을 희생하여 절약하는 생활을 실천하며 인류의 지속적인 번영을 꾀하려는 생각으로 정의하고 있다. 그리고 안승철·박선영(1999)은 환경의 질 향상을 위해 일상생활 중 구매, 사용, 폐기의 일련의 과정에서 생태적인 생활양식을 선택하며 또한 절약하는 생활을 실천하고자하는 생각 및 행동으로 정의하고 있다.

Henion(1972)에 의하면 ECC(Ecologically Concerned Consumer)는 특정 제품 및 서비스의 구매·소유·사용·처리와 관련된 환경적 결과에 대해 사회적 가치·태도·의식·행동면에서 상대적으로 지속적이고도 의식적인 관심을 표시하고 이 같은 관심을 행동에 반영하는 사람들을 말하며, non-ECC는 제품 및 서비스가 환경에 미치는 결과에 대해 대부분 무관심하지만 환경 지향적 프로그램과 그 목적을 적대시하지는 않는 사람들을 가리켰다. 또한 anti-ECC는 그들의 태도와 행동에서 환경의 질을 개선하는데 목표를 둔 프로그램과 반대되는 반응을 지속적이고도 의식적으로 나타내는 사람들을 지칭하였다.

Well(1987)은 환경 의식적 소비자를 그 심화정도에 따라 다음과 같이 소비자의 변화단계를 3단계로 구분하였는데, 1차 변화단계는 소비자는 환경문제에 예민한 반응을 보이며 점차 전반적으로 환경문제를 우려하게 된다. 또한 특정한 환경위험요소를 자기 자신의 문제로 느끼게 되고, 2차 변화단계로는 소비자의 우려는 환경보호를 위한 행동으로 나타나는데, 즉 환경 지향적 제품을 구매하고, 환경과 관련된 특정한 행동을 추구하거나 회피하며, 3차 변화단계에서는 소비자는 환경보호에 대한 의무감을 갖게 되는데, 즉 2차단계의 환경보호의지가 내면화되고, 일반화 되어서 기업의 제품뿐만 아니라 기업의 활동에 까지 자신의 가치를 적용한다고 하였다.

특히 이를 중심으로 볼 때, '의식적', '보전적', '보호적', '책임적' 등의 용어는 인간이 환경을 일방적으로 돌본다는 의미가 강한 반면에, '친화적'이라는 용어는 인간과 환경이 서로 상호작용하는 존

재로서 더불어 조화를 이룬다는 의미를 포함하고 있다고 볼 수 있다(박운아, 1997).

2. 환경친화적 소비행동에 관한 연구의 고찰

환경친화적 소비행동과 관련된 연구들(권봉애 · 강이주, 1995; 김혜선, 1997; 박성미, 1997; 김영순, 1997; 민현선, 1998; 이성우 · 김재필, 1998; 오해섭, 1998a, 1998b; 이현석, 1999; 이태동, 1999; 장성근, 1999; 이종호 외, 2000; 이득연, 2000)을 보면, 그 대상이 대부분 주부인 경우가 많은데, 이는 소비의 범위를 계획, 구매, 사용, 처분 등의 어떤 단계를 중심으로 살펴보았느냐에 따라 다양할 수 있으나 모든 단계를 포함하는 경우가 많다.

환경친화적 소비행동과 관련된 기존 연구를 조사 대상 중심으로 구체적으로 분석하면, 주부를 대상으로 한 연구(김혜선, 1997; 박성미, 1997; 민현선, 1998; 이현석, 1999; 꺾유미, 1999)이며, 아동을 대상으로 한 연구(권봉애 · 강이주, 1995; 이태동, 1999)도 있다. 또한 청소년을 대상으로 한 연구(김영순, 1997; 차정은, 2000)가 있으나 이들 연구들이 아동이나 청소년일 경우는 구체적인 환경친화적 소비행동보다는 학교생활에 중점을 두고 있다.

그리고 내용 면에서 보면, 환경친화적 소비행동을 강화하기 위한 구체적인 방안보다는 장애요인과 중요성에 대한 연구가 대부분이며, 환경친화적 소비행동 중 특정한 영역을 살펴보고 있다.

이러한 환경친화적 소비행동과 관련된 연구는 매우 중요하게 인식되는데 그 이유는 좁게는 개인 소비자의 환경친화적 소비행동과 관련된 실천행동에 영향을 미치지만, 넓게는 지역사회와 국가의 정책뿐만 아니라 국제적인 환경에도 많은 영향을 미친다고(장성근, 1999; 이성우 · 김재필, 1998; 이종호 외, 2000) 지적하고 있다.

이러한 중요성을 감안하여 구체적인 실천행동에 대한 연구가 필요하며, 예컨대 이득연(2000)은 환경친화적 소비행동의 구체적인 실천 방안을 제시하고, 소비의 환경 영향을 최소화시키는 구체적인 방법으로 여러 가지를 들고 있다. 일차적으로는 양적인 측면에서 소비의 절대량을 줄여나가는 것(소비의 금욕, 소비 줄이기 등)을 생각할 수 있으며, 이차적으로는 질적인 측면에서 소비의 환경영향을 최소화시키는 방향으로 소비의 형태를 바꾸어 나가는 것(환경친화적 대체물의 이용, 환경친화적 제품의 이용 등)을 지적하고 있다.

면에서 소비의 절대량을 줄여나가는 것(소비의 금욕, 소비 줄이기 등)을 생각할 수 있으며, 이차적으로는 질적인 측면에서 소비의 환경영향을 최소화시키는 방향으로 소비의 형태를 바꾸어 나가는 것(환경친화적 대체물의 이용, 환경친화적 제품의 이용 등)을 지적하고 있다.

3. 환경친화적 소비행동에 관한 관련 변수의 고찰

환경친화적 소비행동에 영향을 미치는 변수들을 살펴보면, 사회경제적 특성으로는 연령, 학력, 지역적인 특성, 직업, 소득수준, 성별, 사회계층, 반사회유무, 사회적 규범에 대한 압박감(변순희 · 계선자, 1995; 최남숙, 1994; 이승신 외, 1993; 권봉애, 1995; 꺾유미, 1999; 김혜선, 1997; 박성미, 1997; 민현선, 1998; 이현석, 1999)등에 따라 차이를 보이고 있다.

또한 주목할 점은 환경교육의 경험(이무영 외, 1998; 안승철 · 박선영, 1999; 박운아, 1997; 홍기남, 1997; 최남숙, 1994) 등에 차이를 보여 청소년의 경우 환경교육의 경험이 환경친화적 소비행동에 영향을 끼치는 변수임을 알 수 있다.

특히 박운아(1997)의 연구에서는 일반적인 교육수준은 소비자행동에 영향을 그다지 주지 못하는 변수로 나타났으나, 환경교육 경험은 환경친화적 소비행동에 매우 큰 영향을 주는 변수로 나타났다.

기존에 환경을 의식한 행동(이춘희, 1995; 민현선 · 이기춘, 1996), 환경보존행동(김부임, 1998; 이승신 외, 1993), 재활용 및 분리수거 행동(정영숙 외, 1994; 박명희 · 정주원, 1995; 꺾인숙 외 1998) 등 다양한 환경친화적 소비행동과 관련된 연구를 보면, 소비자의 환경에 대한 심각성 인식 또한 관련변수로서 중요함을 알 수 있다. 그리고 환경보전태도가 환경문제에 책임을 지는 소비자의 처분행동에 영향을 미친다는 연구(서정희, 1997), 환경의식이나 환경보전의식이 높을수록 재활용처분행동을 많이 한다는 연구(박명희 · 정주원, 1995; 김시월 외, 1999) 등도 소비자의 환경친화적 소비행동에 환경에 대한 의식이 많은 영향을 미침을 시사하고 있다.

이러한 선행연구들을 중심으로 볼 때, 대부분의

연구에서 환경에 대한 의식이나 심각성이 환경친화적 소비행동에 유의한 상관을 보이기 때문에 인식이 행동으로까지 영향을 미칠 수 있는 소비자의 환경관련 교육과 참여기회 제공의 필요성에 대해서 중요하게 언급하고 있다. 뿐만 아니라 환경문제에 대한 심각성이나 의식은 상당히 높지만, 환경친화적 소비행동은 낮게 나타나고 있어 이를 구체화할 수 있는 연구가 필요하다고 지적하고 있다. 이에 본 연구는 환경교육보다는 환경교육에서 행해지는 구체적인 경험에 초점을 맞추었다.

III. 연구문제

- 〈연구문제 1〉 청소년 소비자의 환경문제에 대한 심각성 인식 및 환경활동경험은 어떠한가?
- 〈연구문제 2〉 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동은 어느 정도인가?
- 〈연구문제 3〉 청소년 소비자의 관련변수(사회경제적 변수, 환경문제에 대한 심각성 인식, 환경활동 경험)가 환경친화적 소비행동에 미치는 영향력은 어떠한가?

IV. 연구방법

1. 용어 정의 및 변수 선정

본 연구는 그 대상이 청소년 소비자이므로 이들의 생활 영역에 맞추어 소비의 일련의 단계 중에서 계획 및 구매에 중점을 두기보다는 사용과 처분에 중점을 두고자 한다. 기존에 관련 연구들이 환경친화적 소비는 궁극적으로는 소비의 환경 영향을 총합적으로 최소화하는 것을 지향하는 소비로 정의하였으며, 특히 소비행동을 사용 및 처분 영역에 맞추었다. 이는 소비와 환경간의 상호관계성을 인식하고 환경에 부정적인 영향을 최소화하고자 하는 환경친화적 소비행동이 환경문제를 극복해 나가는 대안 소비로 간주하였다.

즉, 소비자가 환경과 상호작용 하면서 환경을 위하고, 더불어 조화를 이루는 의미에서 생활에서 할 수 있는 재활용 행동, 절약 행동 그리고 리필 제품 사용행동 등을 포함하여 환경친화적 소비행동으로 정의하였다.

본 연구에서는 선행연구를 참조하여, 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동에 영향을 미치는 변수로 성별, 학교, 월평균 용돈, 가족 수, 주거형태, 종교 활동 참가 여부, 봉사활동 종류, 그리고 환경문제에 대한 심각성 인식과 환경활동 경험 등으로 선정하였다.

2. 조사대상 및 지역

본 연구의 조사도구는 서울시와 경기도에 거주하는 중·고등학교 청소년 소비자를 대상으로 지역, 성 등을 기준으로 유의적인 표집을 실시하였다. 특히 중·고등학교 청소년은 초등학교와 대학생의 중간으로 용돈을 중심으로 하는 소비생활의 연습기이나 자아정체감의 형성기로 많은 가치관 및 사회적 의식을 습득하는 시기이므로 중요하다고 간주하여 대상으로 선정하였다.

예비조사는 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동에 대한 실태를 파악하기 위해 6명씩 한 집단을 대상으로 심층면접연구(focus group study)를 2001년 10월부터 11월까지 실시하였고, 본 조사는 자기기입식 질문지법을 이용하여, 2001년 12월부터 2002년 1월까지 1,200명을 대상으로 실시하였다.

전체 대상학교는 중학교 4개교, 고등학교 3개교이며, 이중 서울시에 소재하는 학교는 중학교 3개교 고등학교 2개교이며, 경기도는 중학교 1개교, 고등학교 1개교를 대상으로 실시하였다. 청소년 소비자 총 1,200명에게 설문지를 배포한 결과 1,100부가 회수되었으며, 그 중 설문지의 부실 응답 및 잘못된 것을 제외하고 본 연구의 분석 자료로 사용된 것은 총 941부이다.

3. 조사도구 및 척도의 구성

본 연구의 조사도구는 부분적으로 선행 연구를

참조하여 연구자가 구성한 설문지가 중심이며, 그 내용은 구체적으로 다음과 같다.

첫째, 청소년 소비자의 사회경제적 변수는 성별, 학교, 월평균 용돈, 가족 수, 주거형태, 종교 활동 참여여부, 봉사활동 종류 등 7개의 문항으로 구성하였다.

둘째, 청소년 소비자의 환경문제에 대한 심각성 인식에 대한 변수는 선행연구(최남숙, 1994; 계선자, 1997)를 참조하여 5점 리커트 척도로 환경오염의 수준, 환경보호문제의 심각성, 대기오염 문제의 심각성, 생활폐수 및 토양문제의 심각성, 소음의 심각성, 쓰레기 문제의 심각성의 6문항으로 구성하였다.

셋째, 청소년 소비자의 환경활동 경험 변수는 선행연구(안승철·박선영, 1999)를 참조하여 토론교육의 경험(4문항), 참여 및 견학 경험(4문항), 대중매체 활용 경험(2문항) 등의 내용을 중심으로 하여 관련 문항 10개로 구성하였으며, 모두 5점 리커트 척도로 측정하였다.

넷째, 본 연구의 종속변수인 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동은 모두 11개의 문항을 5점 리커트 척도로 측정하였으며, 선행연구인 이득연(2000)의 연구를 참조하여 청소년 소비자의 생활 및 활동 영역(학교, 집, 주변 환경 등)에서의 환경친화적인 행동으로 구성하였다. 구체적으로 재활용 및 리필제품 사용행동과 관련된 6문항, 적극적인 절약행동과 관련된 5문항으로 구성하였다.

환경활동경험, 환경친화적 소비행동에 관한 각각의 문항별 신뢰도인 내적 일관성을 알아보기 위하여 Cronbach's α 계수를 측정하였다. 각 변수별 신뢰도를 살펴보면 환경활동경험은 .79이고 그 하부 영역인 참여 및 견학 경험은 .75, 토론 및 교육경험은 .70, 대중매체 활용경험은 .70으로 나타났다. 환경친화적 소비행동은 .80이고, 그 하부영역인 적극적인 재활용 및 리필제품 사용행동은 .76, 적극적인 절약행동은 .70으로 나타났다.

4. 분석방법

본 연구의 구체적인 분석 방법은 다음과 같다.

우선 청소년 소비자의 기본적인 사항은 빈도분석을 통하여 살펴보았으며, 청소년 소비자의 환경활동 경험 및 환경친화적 소비행동은 변수별 유형화를 위하여 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다. 또한 환경친화적 소비행동에 미치는 관련변수의 상대적 영향력은 전체변수간의 다중공선성을 고려하여 상관관계(Correlation)를 살핀 후, 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

V. 연구 결과 및 해석

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자인 청소년 소비자의 일반적 특성을 알아본 결과 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성 N(%): 941(100.0)

| 변수 | 집 단 | N | % |
|------------|----------------------------|-------------------|------|
| 성 별 | 남 | 420 | 51.9 |
| | 여 | 389 | 48.1 |
| 학 교 | 중학교 | 684 | 72.8 |
| | 고등학교 | 256 | 27.2 |
| 월평균 용돈 | 2만원 이하 | 411 | 43.7 |
| | 2만 천원~4만원 이하 | 297 | 31.6 |
| | 4만 천원 이상 | 232 | 24.7 |
| | 평균(표준편차) | 39,763원 (45,895원) | |
| 가족 수 | 3명 이하 | 103 | 11.0 |
| | 4명 | 570 | 60.6 |
| | 5명 이상 | 267 | 28.4 |
| | 평균(표준편차) | 4명(0.84) | |
| 주거형태 | 자가 | 510 | 55.5 |
| | 전세 | 315 | 34.3 |
| | 월세 및 기타 | 94 | 10.2 |
| 종교 활동 참여여부 | 참가 | 438 | 55.2 |
| | 비참가 | 356 | 44.8 |
| 봉사활동 종류 | 청소하기 | 541 | 68.1 |
| | 안내하기 | 25 | 3.1 |
| | 자원봉사하기(복지관 등) 자료 및 문서정리 | 201 | 25.3 |
| | | 27 | 3.4 |

2. 청소년 소비자의 환경문제에 대한 심각성 인식 및 환경관련 경험

청소년 소비자의 환경문제에 대한 심각성 인식은 5점 만점에 4.37 정도로 나타나, 우리나라의 환경에 대하여 심각하게 문제가 있는 것으로 인식하고 있었다.

각 하부 문항별로 보면, 소음문제, 전반적인 환경오염 문제, 쓰레기 문제, 생활폐수 및 토양문제, 대기오염 문제, 그리고 환경보호문제의 순으로 심각성 인식이 높았다.

<표 2> 청소년 소비자의 환경문제에 대한 심각성 인식

| 문항 | 평균점수 |
|--------------------------------|------|
| 우리나라의 소음문제는 심각하다. | 4.68 |
| 우리나라의 전반적인 환경오염 수준은 심각하다. | 4.65 |
| 우리나라의 쓰레기 문제가 심각하다. | 4.64 |
| 우리나라의 생활폐수 및 토양문제는 심각하다. | 4.55 |
| 우리나라의 공기, 매연 등의 대기오염 문제는 심각하다. | 4.53 |
| 우리나라의 환경보호문제는 심각하다. | 4.28 |
| 전체 | 4.37 |

청소년 소비자의 환경관련 경험을 알고자 관련 문항(10문항)을 적은 수의 공통된 요인인자로 묶기 위하여 요인분석을 실시한 후 고유치가 1.0 이상인 것을 요인으로 유형화하였다. 그 결과 <표 3>과 같이 세 개의 요인으로 추출되었으며, 각 요인을 요인 I: 참여 및 견학 경험, 요인 II: 토론 및 교육 경험, 요인 III: 대중매체 활용 경험으로 명명하였다.

그리고 세 개의 요인별로 각 문항 합의 평균점수를 구하였고, 이 평균 점수가 하위영역별 인식의 정도를 나타내며 세 요인의 합은 59.4%를 설명하고 있어 설명력이 비교적 높게 나타났다.

이러한 세 개의 요인이 각각 어느 정도의 비중을 차지하는지 알기 위하여 각 요인별 문항의 합을 구한 결과는 <표 3>과 같다. 요인별로 평균 점수를 보면 요인 III: 대중매체 활용 경험 3.4, 요인 II: 토론 및 교육 경험 2.7, 요인 I: 참여 및 견학 경험 2.5의 순으로 나타났다. 이는 청소년 소비자의 경우 환경활동 경험이 대중매체의 활용 경험이 가장 많으며, 그에 반하여 적극적인 참여 및 견학 경험은 부족한 것을 알 수 있다.

<표 3> 청소년 소비자의 환경활동경험의 요인 행렬표

| 문항 | 요인 | 요인 I | 요인 II | 요인 III | h ² |
|------------------------------|----|--------|--------|--------|----------------|
| 환경 관련 단체에 방문 및 견학한 경험 | | .7550 | .1747 | .0664 | .6049 |
| 환경문제와 관련된 현장 학습을 한 경험 | | .7481 | .0645 | .2641 | .6337 |
| 환경 관련 봉사활동에 참여한 경험 | | .7269 | .1564 | .0829 | .5598 |
| 환경관련 행사나 캠페인에 참여한 경험 | | .6792 | .1796 | .0955 | .5027 |
| 수업시간에 환경문제에 관하여 적극적으로 토론한 경험 | | .2154 | .7871 | -.0436 | .6679 |
| 선생님으로부터 환경보호의 필요성에 관하여 들은 경험 | | .0871 | .7038 | .1954 | .5412 |
| 부모님으로부터 환경보호의 필요성에 관하여 들은 경험 | | .0474 | .6567 | .2406 | .4914 |
| 친구들과 환경문제에 관하여 적극적으로 토론한 경험 | | .2527 | .6095 | .0651 | .4396 |
| 환경문제 관련 시청각 자료를 본 경험 | | .1510 | .1713 | .8355 | .7502 |
| 환경문제 관련 책이나 잡지, 신문을 본 경험 | | .1938 | .1477 | .8330 | .7534 |
| 고유치 | | 3.5265 | 1.2865 | 1.1323 | |
| 전체 변량 | | 35.3 | 12.9 | 11.3 | |
| 누적 변량 | | 35.3 | 48.0 | 59.4 | |
| 요인별 문항 평균 | | 요인 I | 요인 II | 요인 III | 전체 |
| | | 2.5 | 2.7 | 3.4 | 2.7 |

요인 I: 참여 및 견학 경험, 요인 II: 토론 및 교육 경험, 요인 III: 대중매체 활용 경험

3. 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동

1) 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동 분포

청소년 소비자의 환경친화적 소비행동을 알고자 관련 문항(11문항)을 적은 수의 공통된 요인인자로 묶기 위하여 요인분석을 실시한 후 고유치가 1.0 이상인 것을 요인으로 유형화하였다.

그 결과 <표 4>와 같이 두 개의 요인으로 추출되었으며, 각 요인을 요인 I: 적극적인 재활용 및 리필 제품 사용, 요인 II: 적극적인 절약 행동으로 명명하였다. 그리고 두 개의 요인별로 각 문항 합 of 평균 점수를 구하였고, 이 평균 점수가 하위영역별 인식의 정도를 나타내며 두 요인의 합은 42.9%의 설명력을 나타냈다.

이러한 두 개의 요인이 각각 어느 정도의 비중을 차지하는지 알기 위하여 각 요인별 문항의 합을 구한 결과는 <표 4>와 같다. 요인별로 평균 점수를 보면 요인 II: 적극적인 절약 행동 3.5, 요인 I: 적극적인 재활용 및 리필제품 사용행동 3.3의 순으로 나타났다.

2) 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동에 대한 관련변수의 상대적 영향력

청소년 소비자의 환경친화적 소비행동에 대한 상대적 영향력을 알기 위하여 관련 변수(사회경제적 변수, 환경문제에 대한 심각성 인식, 환경활동 경험)를 독립변수로 하고 환경친화적 소비행동을 종속변수로 하여 중다회귀분석을 실시하기 전에 변수간의 다중공선성을 파악하기 위하여 상관관계를 실시하였다. 그 결과 모두 0.4 이하로 나타나 중다회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음 <표 5>와 같다.

우선, 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동 요인 중에서 적극적인 재활용 및 리필제품 사용행동은 환경문제에 대한 심각성 인식이 높을수록, 환경활동 경험 중 토론 및 교육경험이 많을수록, 대중매체 활용경험이 많을수록, 참여 및 견학경험이 많을수록 적극적인 재활용 및 리필제품 사용행동이 높게 나타났다. 그리고 봉사활동의 경우 자원봉사보다는 청소년기인 경우, 고등학생보다 중학생인 경우, 월평균 용돈이 적을수록 높게 나타났다.

<표 4> 청소년 소비자의 환경친화적 소비실행행동의 요인 행렬표

| 문항 | 요인 | 요인 I | 요인 II | h ² |
|--|----|-------|-------|----------------|
| 1. 나는 옷이나 책을 필요한 사람에게 잘 물려준다. | | 0.71 | 0.08 | 0.51 |
| 2. 나는 물려받은 책이나 옷을 자주 활용한다. | | 0.69 | 0.16 | 0.51 |
| 3. 나는 이면지를 잘 활용한다. | | 0.61 | 0.20 | 0.42 |
| 4. 나는 잃어버린 물건을 꼭 되찾으려 애쓴다. | | 0.60 | 0.25 | 0.42 |
| 5. 나는 물건을 아껴 쓰려고 노력한다. | | 0.58 | 0.31 | 0.43 |
| 6. 나는 리필(refill)제품(세제류나 화장품, 각종 생활용품에서 용기를 재활용하여 사용할 수 있도록 내용물만 판매하는 제품)을 자주 활용한다. | | 0.52 | 0.17 | 0.30 |
| 7. 나는 목욕 중에 비누질을 할 때는 샤워기나 수도꼭지를 잠근다. | | 0.09 | 0.74 | 0.51 |
| 8. 나는 사용하지 않는 곳의 조명은 바로 끈다. | | 0.23 | 0.69 | 0.54 |
| 9. 나는 세면이나 세수 양치질을 할 때 물을 받아서 쓴다. | | 0.08 | 0.63 | 0.41 |
| 10. 나는 사용하지 않는 전기제품은 플러그를 뽑아 놓는다. | | 0.21 | 0.58 | 0.39 |
| 11. 나는 가까운 거리는 뭘 수 있으면 걸어 다니거나 자전거를 이용한다. | | 0.22 | 0.46 | 0.26 |
| 고유치 | | 3.89 | 1.25 | |
| 전체 변량 | | 32.44 | 10.44 | |
| 누적 변량 | | 32.44 | 42.88 | |
| 요인별 평균 | | 요인 I | 요인 II | 전체 |
| | | 3.3 | 3.5 | 3.4 |

요인 I: 적극적인 재활용 및 리필 제품 사용행동

요인 II: 적극적인 절약 행동

청소년 소비자의 환경친화적 소비행동 요인 중에서 적극적인 절약행동에 영향을 미치는 변인을 살펴보면, 환경에 대한 심각성 인식이 높을수록, 남학생보다 여학생이, 월평균 용돈이 적을수록, 환경활동 경험 중 대중매체 활용경험이 많을수록 적극적인 절약행동이 높게 나타났다. 그리고 봉사활동의 종류가 자원봉사보다는 청소하기일 경우, 청소하기보다는 자료 및 문서정리일 경우 높게 나타났다.

특히 본 연구 결과에서 청소년 소비자의 환경활동경험을 중심으로 볼 때 환경친화적 소비행동 중 적극적인 재활용 및 리필제품 사용행동은 참여 및 견학 경험, 토론 및 교육 경험, 대중매체 활용 경험 등 각 영역에서 유의한 영향을 나타냈으나, 환경친화적 소비행동 중 적극적인 절약행동의 경우에는

대중매체 활용경험만이 유의한 영향을 미치는 주요 변수로 나타났다.

청소년 소비자의 환경친화적 소비행동 전체에 영향을 미치는 변인을 살펴보면 환경문제에 대한 심각성 인식이 높을수록, 환경활동 경험 중 대중매체 활용경험이 많을수록, 월평균 용돈이 적을수록, 봉사활동이 자원봉사보다는 청소하기인 경우, 환경활동 경험 중 토론 및 교육경험이 많을수록, 참여 및 견학경험이 많을수록, 가족수가 많을수록, 봉사활동이 청소하기보다 자료 및 문서정리인 경우의 순으로 유의한 영향을 나타냈다.

기존 연구들은 환경에 대한 심각성 인식이 높을수록 환경친화적 소비행동이 높다고 지적하고 있으며(박명희·정주원, 1995; 서정희, 1997; 김시월 외,

<표 5> 청소년 소비자의 환경친화적 소비실천행동에 대한 관련 변수의 영향력

| 독립변수 | 종속변수 | 환경 친화적 소비 행동 | | |
|-----------------|-----------|---------------------------------|---------------------|----------------|
| | | 요인 I 적극적인 재활용 및 리필제품 사용행동 | 요인 II 적극적인 절약 행동 | 전체 |
| | | B(β) | B(β) | B(β) |
| 학교(중학교) | | 0.81(0.07)* | -0.06(-0.01) | 0.75(0.04) |
| 성별(남) | | -0.40(-0.04) | -0.92(-0.10)** | -1.34(-0.08)** |
| 월평균 용돈 | | -0.41(-0.06)* | -0.58(-0.10)** | -0.99(-0.10)** |
| 가족 수 | | 0.31(0.05) | 0.30(0.06) | 0.63(0.06)* |
| 주거형태 | 전세 | -0.43(-0.04) | -0.21(-0.02) | -0.69(-0.04) |
| | 월세 및 기타 | -0.28(-0.01) | 0.60(0.04) | 0.23(0.01) |
| 종교 활동 참가여부: 비참여 | | -0.10(-0.01) | -0.11(-0.01) | -0.18(-0.01) |
| 봉사활동 종류 | 안내하기 | 0.64(0.02) | 0.61(0.02) | 1.30(0.03) |
| | 자원봉사하기 | -1.10(-0.09)** | -0.87(-0.08)** | -1.93(-0.10)** |
| | 자료 및 문서정리 | 1.31(0.04) | 1.78(0.07)* | 3.15(0.06)* |
| 환경문제에 대한 심각성 인식 | | 3.16(0.32)*** | 1.49(0.17)*** | 4.91(0.30)*** |
| 환경활동경험 | 참여 및 견학경험 | 0.61(0.11)*** | 0.15(0.03) | 0.75(0.08)* |
| | 토론 및 교육경험 | 0.80(0.12)*** | 0.19(0.03) | 0.96(0.09)** |
| | 대중매체 활용경험 | 0.57(0.12)*** | 0.40(0.09)** | 0.95(0.12)*** |
| 상수 | | 2.36 | 6.78 | 8.17 |
| R ² | | 0.26 | 0.11 | 0.23 |

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

* 기준: 성별(여), 학교(고등학교), 주거형태(자가), 종교 활동 참가여부(참여), 봉사활동 종류(청소하기)

1997 등), 본 연구에서는 의식뿐만 아니라 보다 구체적인 환경활동경험도 중요한 변수로 나타났다. 현재 청소년 소비자의 특성 중 소비와 관련된 면을 보면 자유재량의 용돈액 증가, 의사결정권의 강화(한국소비자보호원, 1992; 권미화·이기춘, 1998)등을 지적하고 있어, 청소년 소비자의 소비습관이 형성 혹은 고착되기 전에 환경친화적 소비행동에 대한 교육이 필요함을 알 수 있다.

이는 본 연구의 결과에서 환경활동경험이 환경친화적 소비행동에 유의한 변수로 지적되고 있듯이 청소년 소비자의 보다 폭 넓고, 체계적인 환경활동경험을 증가시켜 이것이 환경친화적 소비행동을 강화시키는 하나의 요인으로 작용하고 있음을 알 수 있다.

VI. 결 론

본 연구는 청소년 소비자를 대상으로 하여 소비생활 중 사용 및 처분 단계를 중심으로 구체적인 환경친화적 소비의식의 함양을 고취시킬 구체적인 방안을 연구하고자 하였으며, 주요 결과를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 청소년 소비자의 환경문제에 대한 심각성 인식은 5점 만점에 4.37 정도로 나타나, 우리나라의 환경에 대하여 심각하게 문제가 있는 것으로 인식하고 있으며, 각 하부 문항별로 보면, 소음문제, 전반적인 환경오염 문제, 쓰레기 문제, 생활폐수 및 토양문제, 대기오염 문제, 그리고 환경보호문제의 순으로 심각성에 대한 인식이 높았다.

둘째, 청소년 소비자의 환경활동 경험을 관련요인으로 유형화한 결과 세 개의 요인으로 추출되었으며, 각 요인을 참여 및 견학경험, 토론 및 교육경험, 대중매체 활용경험으로 명명하였다. 요인 별로 평균 점수를 살펴보면, 대중매체 활용 경험 3.4, 토론 및 교육경험 2.7, 참여 및 견학경험 2.5의 순으로 나타났다.

셋째, 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동을 알고자 관련 문항(11문항)을 요인으로 유형화한 결과 두 개의 요인으로 추출되었으며, 각 요인을 적극적인 재활용 및 리필 제품 사용행동, 적극적인 절약

행동으로 명명하였다.

넷째, 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동 요인 중에서 적극적인 재활용 및 리필 제품 사용행동에서는 환경문제에 대한 심각성 인식, 토론 및 교육경험, 대중매체 활용경험, 참여 및 견학경험, 봉사활동 종류, 학교, 월평균 용돈이 유의한 변인으로 나타났다.

청소년 소비자의 환경친화적 소비행동 중 적극적인 절약행동은 환경문제에 대한 심각성 인식, 성별, 월평균 용돈, 대중매체 활용경험, 봉사활동 종류가 유의한 변인으로 나타났다.

청소년 소비자의 환경친화적 소비행동 전체에 영향을 미치는 변인을 살펴보면 환경문제에 대한 심각성 인식, 대중매체 활용경험, 월평균 용돈, 봉사활동 종류, 토론 및 교육경험, 성별, 참여 및 견학경험, 가족수가 유의한 변인으로 나타났다.

이러한 결과를 중심으로 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구 결과에서 환경친화적 소비행동에 대한 영향력 중 환경활동경험은 공통된 유의한 변수로 나타났다. 따라서 청소년 소비자의 환경문제를 올바르게 인지하고 느낄 수 있는 다양한 방법으로서의 환경활동경험 제공 및 소비자 교육이 필요하며, 환경 분야의 확대와 프로그램 수립이 필요함을 제언한다. 특히 고등학생에 비하여 중학생이 더 적극적인 재활용 및 리필 제품 사용행동이 높은 것은 입시교육제도와 관련하여 시간적·정신적인 측면에서 생활인으로서의 모습을 잃어 가는 측면을 볼 수 있다.

따라서 환경활동경험이 환경문제를 안고 생활하는 현대인에게 학교 생활에서 의무화될 필요가 있음을 제언한다. 즉, 학교에서 교과목을 통한 환경교육 뿐만 아니라 특별활동 등의 여러 가지 학습관련 활동을 통한 환경교육도 강화할 필요성이 있다. 예컨대 환경백일장을 실시하거나, 학생 스스로의 환경예술제 개최, 환경오염의 실태를 파악하기 위한 직접적인 실험과 측정, 폐품 수집 및 재활용품 작품 만들기 경연 등 교내의 환경활동 경험의 증가가 요구된다.

둘째, 학교 이외의 지역사회 및 타기관과의 연계가 필요함을 제언한다. 예컨대 지역사회의 소비자단체 및 환경단체와 연계를 도모하며, 봉사관련 내

용이 중학교, 고등학교 졸업 후 대학 및 사회까지 연결되도록 체계적인 연계가 필요하다. 즉, 지역사회의 환경시설 견학 등 환경체험 학습, 파견 및 견학 등의 교외활동 강화로 학생들의 환경활동 경험의 증가가 요구된다.

셋째, 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동에는 성별 차이가 있는 것으로 나타나 이는 앞으로의 생활에서 성별 역할이 공유되는 점을 생각할 때에, 남학생의 보다 많은 재활용 및 리필 제품 사용행동의 강화가 요구된다. 따라서 남학생의 의식 전환 및 행동의 강화를 실현하는 다양한 교육적 프로그램이 학교뿐만 아니라 사회, 가정과 함께 어우러지는 구체적인 가이드 라인이 필요하다.

넷째, 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동을 강화하기 위해서는 청소년 소비자의 특성에 맞는 다양한 자료구성 및 견학 및 경험에 상응하는 매체 활동이 요구된다. 특히 정보화 사회에 상응하는 관련 CD-ROM이 필요하며, 이를 활용하여 관련 단체 및 기관과의 링크 등으로 많은 경험을 할 수 있는 계기가 필요하다.

다섯째, 환경 관련 기관 및 사회의 네트워크화가 필요하다. 구체적으로는 환경 관련 인증제의 활용 등 환경관련 네트워크를 이용한 보다 조직적인 노력이 학교를 중심으로 사회, 가정과 함께 필요하다.

본 연구는 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동을 파악하는데 있어 연구 대상자의 표집 과정에 있어서 중학교 및 인문계 고등학교 학생들로 대상을 제한함으로써 분석 결과를 청소년 소비자 전체로 일반화하는 데에는 무리가 있다.

그러나 기존 연구들이 주부를 주된 대상으로 하여 환경친화적 소비생활의 중요성과 필요성 및 장애 요인에 초점을 맞춘 반면에 본 연구는 청소년 소비자를 대상으로 하여 환경친화적 소비행동과 관련된 연구의 시도적인 측면이 있어 이에 본 연구의 의의를 둔다.

■ 참고문헌

강성진(1992). 재활용품 회수정책의 집행에 관한 연

구. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
 구도완(1996). 한국 환경 운동의 사회학. 문학과 지성사.
 광인숙 외(1998). 환경의식과 가정쓰레기의 처리 행태에 관한 연구. 대한가정학회지, 36(2), 1-18.
 광유미(1999). 환경친화적 소비태도 및 소비행동: 광주목포시 기혼여성을 대상으로. 목포대학교 대학원 석사학위논문.
 권미화, 이기춘(1998). 청소년 소비자의 소비가치와 관련 요인. 대한가정학회지, 36(8), 141-157.
 권봉애, 강이주(1995). 아동의 환경의식과 처분행동에 관한 연구: 도시와 농촌간의 비교연구. 한국가정관리학회지, 26(2), 35-46.
 김부임(1998). 학교 환경교육 전 후에 따른 환경보전지식과 환경보전행동-중학교 1학년 환경교육을 중심으로. 건국대학교 교육대학원 석사학위논문.
 김수경(1995). 재활용 강화를 위한 전략개발 연구-가정에서의 재활용을 중심으로. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
 김시월(2001). 소비자교육 내용 및 소비자 특성 별 소비자 교육용 시청각 교구 개발에 관한 연구. 소비자학연구, 12, 133-156.
 김시월, 이혜임, 이명숙, 권오정, 이진영(1999). 소비생활과 재활용-의생활을 중심으로-. 대한가정학회지, 36(9), 107-125.
 김영순(1997). 중학생의 환경친화적 소비행동에 관한 연구: 가정과 교육을 중심으로. 부산대학교 교육대학원 석사학위논문.
 김용숙(1996). 의류제품전과정 관계자의 환경의식과 환경보존행동. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
 김혜선(1997). 환경친화적 재화의 상품화를 위한 소비자의 관심과 구매의도에 관한 연구-폐식용유를 재활용한 고체비누의 경우-. 소비자학연구, 8(1), 23-41.
 김현주(1997). 소비시장 주도하는 청소년. 소비자시대, 3, 27-33.
 계선자(1997). 아동기 소비자의 환경보호의식 및 행

- 동에 관한 연구. 대한가정학회지, 1-17.
- 민현선(1998). 환경친화적 소비행동에 대한 태도와 소비행동. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 민현선, 이기춘(1999). 환경친화적 소비태도와 소비행동간의 관계. 대한가정학회지, 37(1), 29-44.
- 민현선, 이기춘(1996). 환경의식적 소비자 행동과 환경규제방안에 대한 지지도. 대한가정학회지, 34(3), 107-121.
- 박명희, 정주원(1995). 소비자 처분행동 유형과 영향변수에 관한 연구-가사용 내구재의 처분행동을 중심으로. 한국가정관리학회지, 13(1), 79-87.
- 박성미(1997). 환경친화적 소비행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 부산대학교대학원 석사학위논문.
- 박선영(1997). 소비자의 환경의식과 환경상품의 구매행동에 관한 연구. 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 박운아(1997). 기혼여성의 환경친화적 소비자행동. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 변순희, 계선자(1995). 주부의 환경 보전의식 및 행동에 다른 쓰레기 처리에 대한 관심도. 한국가정관리학회지, 13(3), 88-101.
- 서정희(1997). 환경문제에 책임을 지는 소비자처분행동 및 관련변수에 관한 연구. 한국가정관리학회지, 33(3), 27-40.
- 안승철, 박선영(1999). 소비자의 환경의식과 환경상품 구매행동. 자원문제연구 논문집, 18(1), 14-25.
- 오혜섭(1998a). 청소년의 환경책임성 행동에 관한 연구. 한국농업교육학회지, 30(3), 113-124.
- _____ (1998b). 농촌환경 계획 과정에서의 주민 참여 원리. 한국농촌지도학회지, 5(2), 153-165.
- 유두련, 심미영, 정경옥(1996). 환경교육이 환경의식 소비자 행동에 미치는 영향에 관한 연구. 한국가정관리학회지, 14(3), 197-209.
- 이득연(2000). 환경친화적 소비생활양식의 확산방안. 한국소비자보호원.
- 이무영, 이정우(1995). 도시 주부의 가정관리 행동유형과 환경문제에 대한 관리행동. 대한가정학회지, 33(4), 11-23.
- 이성우, 김재필(1998). IMF관리체제 이후의 사회경제적 환경변화와 그 의미. 소비자문제연구, 21, 32-54.
- 이승신, 이혜임, 류미현(1993). 환경보전을 위한 소비자 능력. 소비자학연구, 4(2), 73-96.
- 이종렬(1994). 쓰레기 재활용의 활성화에 관한 연구. 성균관대학교 행정대학원 석사학위논문.
- 이종호, 노정구(2000). 환경의식적 소비행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 경영학연구, 171-195.
- 이태동(1999). 초등학생의 소비 행동 유형과 환경친화적 행동: 물질주의 영향을 중심으로. 아주대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이현석(1999). 우리 나라 주부소비자의 환경의식에 관한 실증적 연구: 우리 나라 7개 대도시의 주부소비자를 대상으로. 고려대학교 경영정보대학원 석사학위논문.
- 이춘희(1995). 소비자의 환경문제와 관련된 의복관리 행동과 의류자원 재활용 실태에 관한 조사연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 장성근(1999). 환경친화적 소비정책과 활용사례. 섬유정보, 59, 43-57.
- 정주원(1993). 소비자 처분행동 유형과 영향변수에 관한 연구. 동국대학교대학원 석사학위논문.
- 정영숙, 안길상, 이기주(1994). 쓰레기 분리수거에 적극 참여하는 소비자의 특성. 충북가정학회지, 3(1), 95-106.
- 조향숙(1997). 소비자의 재활용 행동과 영향요인: 서울과 천안지역 대학생을 중심으로. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 차정은(2000). 청소년 소비자의 환경친화적 소비의식 및 행동에 관한 연구. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 최남숙(1994). 환경교육과 환경의식이 환경보전 행동에 미치는 영향에 관한 연구. 대한가정학회지, 32(5), 29-43.
- 최남숙(1999). 일회용품 사용억제의 필요성. 일회용품 사용 줄이기 및 환경시민교육. 한국여성환경운동본부.
- 한국소비자보호원(1992). 환경보전을 위한 가정소비

- 생활 개선방안 연구. 한국소비자보호원.
- 한국소비생활연구원(1995). 폐기물 재활용 어디까지 왔나. 한국소비생활연구원.
- 홍기남(1992). 생활환경문제에 대한 주부의 소비자 의식과 행동에 관한 연구. 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 田中和子, 村山馬子, 竹中はる子(1996). 身近な環境整備-ごみ・環境問題に対する意識調査. 日本家政學會誌, 47(10), 981-986.
- 近藤惠・小林茂雄(1996). 衣類の有効利用と生活要因との關聯. 日本家政學會誌, 48(1), 55-64.
- 東京都 清掃局(1992). 東京リサイクルハンオフック 東京: 東京都. 東京都 清掃局.
- ゴミ行政研究会編(1992). 리사이클時代のごみ行政. ゴミ行政研究会.
- 今井光映(1983). 消費者教育, 現狀と 課題. 日本消費者學會. 光生館.
- Anderson, W.T., & Cunningham, W.H. (1972). The Socially Conscious Consumer. *Journal of Marketing*, 36, 23-31.
- Antil, J. II. (1984). Socially Responsible Consumer: Profile and Implications for Public Policy. *Journal of Macromarketing*, Fall, 18-36
- Fisk (1973). Criteria for an Theory of responsible consumption, *Journal of Marketing*, 37, 24-31.
- Geller, E.S. (1989). Applied behavior analysis and social marketing: An integration for environmental preservation. *Journal of Social Issues*, 45, 17-36.
- Henion, K.E (1972). The Effect of Ecologically Relevant Information on Detergent Sales. *Journal of Marketing Research*, 9, 10-14.
- Hopper, J.R., & Mccarinielsen, J. (1991). Recycling as Altruistic Behavior Normative and Recycling Program. *Environment and Behavior*, 23, 195-220.
- Kinnear, T.C., & Taylor, J.R. (1973). The Effect of Ecological Concern on Brand Perception. *Journal of Marketing Research*, 10, 191-202
- Peattie, K. J., (1992). *Green Marketing*, London. M&E Handbook.
- Turker, L.R. (1980). Indenting the Environmentally Responsible Consumer: The Role of Internal-External Control of Reinforcements. *The Journal of Consumer Affairs*, 14(2), 327-341.
- Well. J.G. (1987). Multinationals Need Environmental Strategies. *Columbia Journal of World Business*, May-June.

(2003년 1월 13일 접수, 2003년 5월 21일 채택)