

# 대학생 소비자의 윤리적 소비와 관련변인\*

: 교육경험변인과 사회심리적 변인의 효과를 중심으로

## The Ethical Consumptions and Related Variables of the Undergraduate

전남대학교 생활환경복지학과, 생활과학연구소

부 교수 홍 은 실\*\*

전남대학교 생활환경복지학과

박사과정 신 효 연\*\*\*

Dept. of Family Environment and Welfare, Human Ecology Research Institute

Chonnam National Univ.

Associate Professor : Hong, Eun-Sil

Dept. of Family Environment and Welfare, Chonnam National Univ.

Doctoral Course : Shin, Hyo-Yeon

---

### <Abstract>

The purpose of this research was to explore the levels of ethical consumptions and related factors on ethics of undergraduates as consumers. For statistical analysis, Cronbach'  $\alpha$ , factor analysis, t-test, one-way ANOVA, Duncan's multiple range test, Pearson co-relationship analysis, and multiple regression analysis with a total of 761 questionnaires were conducted.

The research results are summarized as follows.

1. The scores to measure ethical consumptions level of the undergraduates was ranged from 2.66 to 3.64, which were relatively low.
2. The ethical consumptions in the commercial transaction were found to have significant differences according to gender, college years, and religion. The ethical consumptions of current generation were found to have the significant differences depending on their gender, college years, major, parents's education level, monthly allowance, and religion. The ethical consumptions of future generation were found be significantly different based on their gender, college years, mother's education level, father's occupation, monthly household income, and monthly allowance.
3. The major variables affecting the level of the ethical consumptions in the commercial transaction were materialism, social responsibility, idealism and college years. The major variables affecting the level of the ethical consumptions of current generation resulted from social responsibility, frequency contact with the mass media about the ethical consumptions, religions, and materialism. Social responsibility, frequency contact with the mass media about the ethical consumptions, idealism, expenditure, experience about the consumption education and materialism were the factors affecting the level of the ethical consumptions of future generation.

---

▲주요어(Key Words) : 윤리적 소비(ethical consumption), 물질주의(materialism), 사회적 책임의식(social responsibility), 이상주의(idealism)

---

\* 이 논문은 2008년도 전남대학교 학술연구비 지원에 의하여 연구되었음

\*\* 주 저 자 : 홍은실 (E-mail : esmail@korea.com)

\*\*\* 교신저자 : 신효연 (E-mail : hyoryeon@hanmail.net)

## I. 서론

지금까지 대부분의 소비자들은 상품을 선택할 때 최소 비용을 지불하고 최대 효과를 볼 수 있는, 혹은 가격 대비 품질이 좋은 상품을 선택하는 합리적 소비를 해 왔다. 그러나 최근 들어 소비자들은 상품을 선택할 때 가격이나 품질 이외에도 윤리라는 부가적인 선택기준을 적용해 상품을 선택하도록 변화되어 가고 있다.

그렇다면 상품을 선택할 때 합리적 소비가 아닌 윤리적 소비를 하는 소비자가 늘어나는 이유는 무엇일까? 첫 번째 이유는 Maslow(1987)의 욕구위계설을 통해 설명되는데, 과거에는 기본적 욕구만 충족되면 되었지만 소비환경이 풍요로워짐에 따라 소비자들은 더 높은 차원의 욕구를 추구하도록 변화된 것이다(박미혜·강이주, 2009). 소비에서의 욕구를 구분할 때 기본적 욕구란 합리적 소비이며 높은 차원의 욕구란 윤리적 소비로 설명가능하다. 즉, 소비자는 윤리적 소비를 통해 자아이미지를 보다 긍정적으로 구축해 나아가는 것이다. 두 번째 이유는 소비 사회의 성숙을 꼽을 수 있다. 과거 소비자들은 기업이 사회적 책임을 다하지 않는 것에 대해 비판적인 시각을 지니고 기업의 사회적 책임에 대해 많은 요구를 하며 연구의 초점도 기업의 사회적 책임에 맞추어졌던 반면 최근에는 기업의 사회적 책임 만큼 소비자들의 책임과 윤리적 소비를 중요하게 여기고 과거에 비해 보다 성숙한 소비자로 나아가고 있다. 세 번째 이유는 윤리적 소비에 대한 대중매체의 관심을 들 수 있다. 최근 TV와 신문에서는 윤리적 소비의 일환인 공정무역제품 소비, 로컬소비, 자발적 간소화 운동 등을 지속적으로 다루고 있으며, 소비자들은 이러한 대중매체를 통해 윤리적 소비에 가까이 다가가고 있다. 마지막으로 최근 몇몇 연구자들은 자본주의 및 시장경제의 여러 병폐를 지적하고 소비자를 중심으로 한 해결 방법으로 재활용 및 절약, 친환경 녹색소비, 제3세계 생산자를 고려하는 공정무역 제품 소비 등을 제시하였다.

그러나 이와 같은 윤리적 소비에 대한 관심은 간헐적이며, 단편적인 사례를 국한하여 다룸으로써 윤리적 소비가 소비자의 개별적, 도덕적 신념에 따라 사회적 책임을 실천하는 포괄적이고 다양한 내용을 포함한다는 점(홍연금, 2009)을 제대로 반영하지 못한다는 취약점을 갖는다.

윤리적 소비에 대한 기존 연구들을 살펴보면, 윤리적 소비의 개념 및 내용을 다룬 연구(박미혜·강이주, 2009; 송인숙, 2005; 이재율, 1997; 홍연금, 2009; 홍연금·송인숙, 2010; 한겨레경제연구소, 2009; Clark & Unterberger, 2007; Harrison et al., 2005), 윤리적 소비의 실태를 다룬 연구(김정훈·이은희, 2003; 박미혜·강이주, 2009; 송인숙·제미경, 2006; 신상헌, 2000; 이승희, 2004), 윤리적 소비에 영향을 미치는 변인에 관한 연구(김정훈, 2004; 김정훈·이은희, 2003; 김효정, 2006; 송인숙·제미경, 2006; 신상

헌, 2000; 이승희·노유나, 2007; 제미경 외, 2004; 제미경·Robert O., 2007; Erffmeyer et al., 1999; Fullerton et al., 1996; Jones & Gautschi, 1988; Muncy & Eastman, 1998; Muncy & Vitell, 1992; Pratt, 1991; Rawwas et al., 1998; Ruegger & King, 1992; Tucker et al., 1981; Vitell et al., 1991) 등이 있다.

연구결과를 살펴보면, 학자들에 따라 조금씩 차이가 있기는 하지만 소비자의 개별적·도덕적 신념에 따라 사회적 책임을 실천하는 소비행동을 윤리적 소비로 정의하였다. 또한 윤리적 소비실태를 살펴보면 국내에서 윤리적 소비는 조금씩 증가하는 추세를 보이고 있으나 윤리적 소비를 실천에 옮기는 사람은 매우 적은 것으로 나타났으며(박미혜·강이주, 2009), 연령이 높을수록, 종교가 있는 대학생이, 신앙심이 높을수록, 소비자 지식이 많을수록, 물질주의 가치관이 낮을수록, 사회적 책임의식이 높을수록, 이상주의 가치관이 높을수록 윤리적 소비를 하는 것으로 나타났다.

따라서 이 연구에서는 국내외 선행연구 고찰을 통해 윤리적 소비에 대한 개념을 정립하고, 이를 토대로 제 변인들과의 관계를 분석함으로써 윤리적 소비에 영향을 미치는 변인들을 규명하고자 한다. 이를 통해 대학생 소비자의 윤리적 소비행동 수준을 높이는 방안을 모색하고, 사회전반에 윤리적 소비에 대한 관심을 환기시키고자 한다.

## II. 선행연구고찰

### 1. 윤리적 소비

#### 1) 윤리적 소비의 개념

윤리(ethics)란 개인의 행동을 이끄는 도덕적 원리 혹은 기준(Muncy & Vitell, 1992)으로 인지적인 면과 인성적인 면 또는 이 둘을 합하여 다양하게 개념화되고 있다. 인지적 윤리는 옳고 정의로운 행동을 하기 위한 지적인 판단력을 의미하고 인성적 윤리는 가슴으로부터 타인과 사회를 배려하고 존중하고 아끼는 이타적인 행위를 의미한다(김성교·채정현, 2003). 이러한 개념정의로부터 윤리적 소비를 정의내리면 소비생활에서 타인과 사회를 배려하고 존중하며 정의로운 사회를 구현하고자 하는 이타적인 행위로 정의내릴 수 있다.

윤리적 소비에 대한 학자들의 다양한 정의를 살펴보면, 한겨레경제연구소는 개인적이고 도덕적인 믿음에 근거해 내리는 의식적인 소비선택으로서 반드시 당장 자신에게 경제적인 이득이 되지 않더라도 장기적이고 이웃을 고려하며 자연환경까지 생각하는 관점에서 내리는 구매선택을 윤리적 소비라고 정의하였으며(한겨레신문, 2009. 03. 04), Cowe와 Williams(2001)는 상품이나 서비스를 선택할 때 환경적 또는 윤리적인 고려를 하는 소비를 윤리적 소비로 보았다. 그리고 The

Cooperative Bank(2007)에서는 윤리적 소비를 식품, 주거, 교통, 의복, 금융, 자선단체기부 등의 소비와 투자를 포함한 지출을 말하며, 인권이나 사회정의, 환경과 동물복지와 같은 문제에 대한 정보를 통해 상품을 선택하는 것으로 정의하였다. 홍연금(2009)은 이러한 다양한 견해를 반영하여 소비자의 개별적·도덕적 신념에 따라 사회적 책임을 실천하는 소비행동으로 윤리적 소비를 정의하였다.

윤리적 소비와 혼용되어 사용되는 용어로 소비윤리가 있는데, 일반적으로 윤리를 인간이 지켜야 할 도리 또는 바람직한 행동 기준이라고 하면 소비윤리는 사회 구성원으로서 개인생활의 기준이 되는 규범체계인 사회윤리의 하나로 볼 수 있으며(이기춘, 1991; 채정숙 외, 2004), 소비행동에 대한 잘잘못을 판단하는 도덕적인 기준으로 볼 수 있다(송인숙, 2005).

구체적으로 살펴보면, Muncy와 Vitell(1992)은 소비윤리란 개인 또는 집단 소비자가 상품과 서비스를 구입, 사용, 폐기하는 행동을 좌우하는 도덕적 원리와 기준이라 정의하였고, 허경옥(2000)은 소비생활 속에서 무엇을 해야 하고 무엇을 해서는 안 되는지에 대한 규범적이며 보편적인 사회적 도덕 또는 가치관을 소비윤리라고 정의하였다.

윤리적 소비와 소비윤리 외에도 다양한 용어들이 사용되고 있는데 유사 용어들을 살펴보면, 사회책임적 소비(유두련·심미영, 1998), 사회의식적 소비(Dijksterhuis, et al., 2005), 지속가능한 소비(이정진, 1995; Haron, et al., 2005; McGregor, 2005), 환경친화적 소비(곽인숙 외, 2003; 김시월, 2003; 허경옥, 2005), 적정소비(Autio, 2005) 등이 있다.

## 2) 윤리적 소비의 차원과 내용

윤리적 소비의 차원과 내용분류는 학자에 따라 약간의 차이가 있으며, 최근 연구된 대표적인 연구들을 중심으로 살펴보고자 한다<표 1>.

송인숙(2005)은 윤리적 소비를 지구적 환경을 고려하는 종적 차원의 지속가능한 소비문제, 횡적차원(세대 내)의 분배문제, 사업자와의 거래상대방으로서 상거래윤리, 그리고 시장경제의 윤리적 기초의 4가지 차원으로 구분하였다. 시간적 차원에서 미래세대의 소비를 희생하는 현재세대의 소비는 비윤리적이라고 보았으며, 지속가능한 소비, 즉 미래세대의 요구에 대응할 능력도 유지하면서 현재대의 요구도 충족시키는 수준으로 소비하는 것은 윤리적이라고 보았다. 공간적 차원으로 동시대의 인류 간에 빈곤과 부유계층 간의 소비능력의 차이를 고려할 때 정당하게 획득한 소득이라 할지라도 자신만을 위해 소비하는 것은 비윤리적이며 소비수준을 절제하여 나눔을 실천하는 것이 윤리적인 소비라고 하였다. 상거래윤리는 소비자가 사업자와 상거래를 할 때 판매자에게 적극적 또는 소극적으로 손해를 입히는 행위를 하지 않아야 하며 사용자로서 필요한 주의의무를 다해야 한다고 하였다. 또한 자본주의 시장경제체도가

절제된 이기심, 정직성, 진실성, 신뢰성, 책임의식, 공정성과 같은 일련의 윤리적 가치체계가 내면화되어 있어야 한다고 하였다.

홍연금(2009), 홍연금과 송인숙(2010)은 윤리적 소비행동을 '소비 과정'과 '사회적 책임 범위'를 기준으로 분류하였다. 먼저 소비 과정에 따른 윤리적 소비행동은 첫째, 윤리적 투자, 나눔과 기부와 같은 '자원 배분 행동' 둘째, 환경친화적 상품 구매, 공정 무역 상품 구매, 공정여행, 로컬 구매, 불매 운동과 같은 '구매행동', 셋째, 에너지·물 절약과 같은 '사용행동' 넷째, 분리수거, 재활용 및 중고제품 이용, 쓰레기 줄이기와 같은 '처분행동', 그리고 소비의 전 과정에 걸치는 '자발적 간소화'로 나누며, 소비자들이 실천하고 있는 윤리적 소비행동이 윤리적 제품을 구매하는 데 그치는 것이 아니라 자원의 배분과 구매, 사용, 처분 등 소비의 전 과정에서 이루어짐을 강조하였다. 한편 윤리적 소비행동을 사회적 책임 범위에 따라 경제적 책임, 법적 책임, 지속가능한 소비에 대한 책임, 동시대 인류를 위한 책임으로 나누고 그 내용을 제시하였다.

한겨레경제연구소(2009)는 윤리적 소비를 건강과 사회, 환경영역으로 분류하였고, 이재율(1997)은 타인에게 해를 끼치지 않는 소비와 장기적 만족극대화 소비로 나누었다.

국의 연구에서 Harrison 등(2005)은 윤리적 소비를 불매운동, 구매운동, 철저히 조사된 제품 구매, 생산·판매자와의 관계, 지속가능한 소비주의(반소비주의)로 분류하였으며, Clark와 Unterberger(2007)는 지속가능한 소비(소비감소행동), 공정무역상품 구매, 불매운동, 선택적 구매, 로컬구매로 나누었다.

이상의 대표적인 선행연구를 종합하면 윤리적 소비를 '상거래에서의 윤리적 소비'와 '동시대 인류를 위한 윤리적 소비', '미래세대를 위한 윤리적 소비'로 분류될 수 있다.

'상거래에서의 윤리적 소비'는 소비자가 구매행위를 하는데 있어 잘못된 행위에 대비되는 올바른 행위(Dodge, 1996)라고 할 수 있으며, 신상현(200)은 상거래에서 비윤리적 소비행동으로 속임과 손상, 오용, 불법을 들었다.

'동시대 인류를 위한 윤리적 소비'는 사회의식적 소비와 공정무역제품 소비, 로컬소비, 기부와 나눔 소비 등이 포함될 수 있다. 사회의식적 소비는 소비를 할 때 사회의 흐름에 관심을 갖으며 가급적 소비자의 건강과 환경, 사회에 해를 입히지 않고 사회적 책임을 다하는 기업의 제품을 소비하는 것으로 정의내릴 수 있다.

공정무역제품 소비는 무역거래를 하는 당사자 간의 인격적인 존중과 공정하고 공평한 거래관계 속에서 이루어 지는 무역 제품을 소비하는 것을 의미한다(천경희 외, 2010). 로컬소비는 지역의 제품을 그 지역의 주민이 소비하게 함으로써 공동체 결합을 증진시키고 가난과 불평등을 감소시키며 생활과 사회적 생산, 그리고 환경을 개선시키고 안전성을 제공하는 소비방식을 의미한다(Coline Hines, 2000). 기부와 나눔 소비는 다른

<표 1> 선행연구의 윤리적 소비의 차원과 내용

윤리적 소비 차원		구체적 내용		
송인숙(2005)	종적차원-세대간 분배	환경과 다음 세대를 고려한 소비		
	횡적차원-세대내 분배	동시대의 자발적 소득 재분배-절제와 나눔, 자선, 기부		
	사업자와의 거래차원-상거래 윤리	계약관계 이행의무, 주의의무, 소비자권리에 대응한 소비자책임		
	시장경제의 기초적 윤리	절제된 이기심, 정직성, 진실성, 신뢰성, 책임의식, 공정성과 같은 일련의 윤리적 가치가 구성원에게 생활화, 습관화		
홍연금(2009) 홍연금·송인숙 (2010)	자원배분행동	윤리적 투자, 나눔 및 기부		
	소비 과정	구매행동	환경친화적 제품구매, 공정무역제품구매, 공정여행, 로컬구매, 불매운동	자발적 간소화
	사용행동	에너지, 물, 자원절약		
	처분행동	재활용과 재사용행동(분리수거, 중고제품이용), 쓰레기 줄이기		
	사회적 책임 범위	경제적 책임	경제주체로서의 기본적 경제윤리의식을 통한 합리적 소비행동	
		법적 책임	계약이행의 의무, 법적 소비자 책임, 불법적 소비행동금지 등	
		지속가능한 소비에 대한 책임	환경친화적 소비, 소비절제, 자발적 간소화 불매운동, 윤리적 투자	
동시대 인류를 위한 책임	공정무역, 로컬구매, 공동체 화폐운동, 공정여행, 나눔·기부			
한겨레 경제연구소 (2009)	건강(장기적 육체와 정신)	웰빙소비		
	사회(이웃의 웰빙)	공정무역상품, 사회적 기업제품, 로컬푸드		
	환경	저탄소 제품, 에너지 절약 제품, 재활용, 재생용지 사용, 동물보호 소비		
이재율 (1997)	타인에게 해를 끼치지 않는 소비	담배나 알코올 등의 소비, 과소비나 과시적 소비는 타인에게 해를 끼침		
	장기적 만족 극대화 소비	충동적 소비나 사치, 낭비는 순간적인 만족만 얻을 수 있음		
Harrison 등 (2005)	불매운동	비윤리적 제품 및 기업을 구매, 이용하지 않는 것		
	구매운동	윤리적 상품 및 기업을 적극적으로 이용, 구매하는 것		
	철저히 조사된 제품 구매	전체 상품 및 기업에 대해 윤리적으로 평가 및 비교한 정보 이용		
	생산·판매자와의 관계	윤리적 제품을 생산·판매할 수 있도록 요청하는 행동, 소비자로서 생산·판매자에게 그들의 윤리적 필요에 대해 교육하려고 노력하는 것		
반소비주의, 지속가능한 소비주의	자동차와 같은 지속 가능하지 않은 상품을 피하거나 가능한 DIY 상품을 이용하는 것, 소비를 줄이는 것			
Clark & Unterberger (2007)	지속가능한 소비, 소비 감소 행동	소비를 줄이고 가능한 환경친화적이며 지속가능한 소비를 하는 것		
	공정무역 상품 구매	노동력, 인권 등을 착취하지 않고 공정한 방법을 통해 생산·유통된 상품을 구매		
	불매 운동	비윤리적 기업의 상품을 구매하지 않는 것		
	선택적 구매	윤리적 상품만을 골라 구매		
로컬구매	지역 내에서 생산된 제품과 서비스를 이용			

사람을 돕기 위해 내가 가진 바를 다른 사람에게 대가 없이 기꺼이 주거나 함께 공유하는 것을 의미한다(천경희 외, 2010).

‘미래세대를 위한 윤리적 소비’에는 녹색소비, 절제와 간소한 삶 등이 포함될 수 있다. 먼저 녹색소비란 소비자가 소비행동을 할 때 개인의 욕구와 시장효율성 뿐 아니라 자신의 소비행동의 결과가 사회와 환경에 미치는 영향을 고려한 행동(박운아, 1997)으로 구매, 사용, 처분의 전과정에서 녹색소비를 하는 것을 의미한다. 한편 불필요한 소비 또는 과도한 소비는 일시적인 욕구해소의 기능을 하지만 대부분 자원낭비와 타인의 상대적 박탈감 유발, 환경오염 등의 부정적 측면이 강하기 때문에 비윤리적인 소비가 되므로(Autio, 2005) 간소한 소비가 요구된다. 따라서 절제와 간소한 삶 역시 윤리적 소비의 한 영역이 될 수 있으며, 절제와 간소한 삶이란 소비생활의 편리함과 개인의

이기심을 조절하여 자발적으로 필요한 것만을 소비하며 스스로 소비에 대한 의존성을 줄여 목적이 있는 삶을 사는 것이라 볼 수 있다.

## 2. 윤리적 소비에 영향을 미치는 변인

대학생 윤리적 소비에 영향을 미치는 변인을 크게 인구통계학적 변인과 교육경험변인, 사회심리적 변인으로 나누어 살펴 보았다. 인구통계학적 변인으로는 학년이나 연령, 성별, 부모의 학력 및 직업, 가계소득, 월평균 용돈, 종교이며, 교육경험변인은 소비생활이나 환경교육 등의 소비자 교육경험과 윤리적 소비 관련 매체 접촉빈도이다. 윤리적 소비에 영향을 미치는 사회심리적 변인으로는 물질주의 가치관, 사회적 책임의식,

윤리적 가치관에 해당하는 이상주의가 있다.

1) 인구통계학적 변인

윤리적 소비에 대한 연령(학년)의 차이를 보면, 20대 소비자가 30~40대 소비자보다 더 윤리적이라는 결과(김정훈·이은희, 2003)도 있으나 대부분의 연구(김정훈, 2004; 김효정, 2006; 신상현, 2000; 제미경·Robert O., 2007)는 연령이 많을수록 윤리적 소비행동 수준이 높아 상거래에서 윤리적인 소비행동을 많이 하는 것으로 나타났다. 성인이 아동과 청소년보다 더 윤리적이며(Rawwas et al., 1998), 나이든 노인이 젊은 노인보다 더 윤리적이어서(Vitell et al., 1991) 연령과 윤리적 행동은 일반적으로 비례하는 것으로 나타났다. 학년의 경우 대학생은 학년이 올라갈수록 보다 윤리적인 것으로 나타났다(신상현, 2000; 제미경 외, 2004).

성별의 차이를 보면, 여성이 남성보다 더 윤리적이라는 연구(제미경·Robert O., 2007; Erffmeyer et al., 1999; Jones & Gautschi, 1988; Rawwas et al., 1998; Ruegger & King, 1992)와 남성이 여성보다 더 윤리적이라는 연구(김정훈, 2004; 김정훈·이은희, 2003; 신상현, 2000)가 상존하며, 대학생의 경우 성별에 따라 윤리적 소비수준이 차이가 없다는 연구(제미경 외, 2004)도 있다.

교육수준에 따른 윤리적 소비의 차이를 보면, 교육수준이 높은 사람들이 비윤리적인 태도를 보이거나 비윤리적인 행동을 많이 한다는 연구(김정훈·이은희, 2003; Fullerton et al., 1996)와 교육수준은 윤리적 소비에 영향을 미치지 않는다는 연구결과(Erffmeyer et al., 1999)가 있다. 부모 교육수준과 부모의 직업에 따른 윤리적 소비의 차이를 직접적으로 살핀 연구에서 이들 변인의 유의한 차이는 발견되지 않았지만(제미경 외, 2004; 제미경·Robert O., 2007), 자녀가 소비자로서의 책임감과 역할을 학습하는데 가장 주요한 사회화 기제는 부모(이기춘, 2000)이며, 부모는 자녀들에게 사회적·문화적 가치를 물려주는 핵심조직(김용자, 2004)으로 대학생은 후기 청소년기로서 부모의 영향력 하에 있는 시기이므로 부모의 교육수준과 직업이 윤리적 소비에 영향을 미칠 수도 있다고 판단되므로 영향변인에 추가하였다.

용돈에 따른 윤리적 소비의 차이를 살펴보면, 대학생의 경우 용돈액수가 많을수록 비윤리적으로 행동한다는 연구(제미경 외, 2004)와 용돈이 적은 집단이 용돈이 많은 집단보다 비윤리적이라는 상반된 연구결과(신상현, 2000)가 존재한다.

소득에 따른 윤리적 소비의 차이를 살펴보면, 여러 연구(김정훈, 2004; Muncy & Vitell, 1992; Pratt, 1991)에서 소득수준이 낮은 집단이 소비행동에서 보다 비윤리적이라고 하였으며, 여성의 경우에도 소득이 낮은 여성이 소득이 높은 여성에 비해 비윤리적인 상거래행동을 많이 하는 것(송인숙·제미경, 2006)으로 나타났다.

종교에 따른 윤리적 소비의 차이를 살펴보면, 종교가 있는 경우 윤리적 지각 정도가 높았으며(Kenney & Lawton, 1998), 신앙심이 높을수록 패션제품에 대한 윤리적 소비행동 수준이 높고(이승희·노유나, 2007), 어릴 때부터 종교생활을 하며 자선 및 기부활동 경험이 있을수록 윤리적 소비를 자연스럽게 익숙하게 받아들인다고 보았다(김재현, 2009). 반면 종교가 소비자의 윤리적 행동에 직접적인 영향변인이 되지 못한다는 연구결과(송인숙·제미경, 2006; 제미경 외, 2004; 제미경·Robert O., 2007)도 있다.

2) 교육경험변인

소비교육에 따른 윤리적 소비의 차이를 살펴보면, 소비교육을 소비자지식이라고 보았을 때, 소비자지식이 많을수록 윤리적인 상거래 행동을 많이 하는 것으로 나타났으며(김효정, 2006), 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 요인에 관한 질적 연구(김재현, 2009)에 따르면 연구대상자들이 윤리적 소비에 관심을 갖게 된 계기 중 하나는 대중매체를 통한 정보 습득으로써 TV나 라디오, 신문 및 인터넷 기사 등이 유의한 영향요인인 것으로 나타나 소비생활 등의 교육경험이나 관련매체 접촉경험이 윤리적 소비에 영향을 미치는 변인으로 작용할 수 있음을 보여주었다.

3) 사회심리적 변인

(1) 물질주의

일반적으로 물질주의란 재화에 대한 강한 욕망(Mukerji, 1983)이며, 물질의 소유를 통해 행복을 추구하는 경향(Richins & Dawson, 1992)으로 정의되나 Holt(1995)는 소유에 중요성을 부여하는 정도보다는 소비하는 방식의 차이로 물질주의를 정의하였다. 결국 물질주의는 물질의 소유가 삶의 중심이 되어 정신적인 것보다 물질적인 것을 추구하는 것으로 정의할 수 있다.

대부분의 연구(송인숙·제미경, 2006; 이승희·노유나, 2007; 제미경·Robert O., 2007; Muncy & Eastman, 1998)에서 물질주의의 가치 수준이 낮을수록 윤리적 소비에 대한 지각 수준이 높고, 윤리적 소비행동을 많이 하는 것으로 나타나 물질주의의 가치관은 윤리적 소비의 부적 영향요인임을 보여주었다.

(2) 사회적 책임의식

최근 환경을 비롯한 사회적인 문제들이 심화되고, 이러한 문제들에 대한 소비자들의 자각이 증가하면서 경제적 이익의 추구는 물론 사회적 이익의 추구를 목표로 하는 '시민-소비자'로서의 책임에 대한 논의가 증가하고 있다(신초영, 2004). 이러한 책임에 대한 논의는 기업 활동이 이윤추구에만 국한되지 않고 환경·노동조건 등의 사회적 책임까지 중요시하도록 변화시키고 있으며, 또한 이들 기업의 활동이 지속적으로 확대되기

위해서는 사회적 책임의식을 가지고 행동하는 소비자들의 역할이 중요하다고 보았다.

Drucker(1984)는 소비자들의 사회적 책임의식은 기업이 이윤을 추구하고, 기업윤리와 사회적 책임이라는 다른 가치들을 동시에 추구하는 것과 마찬가지로 소비자 역시 개인의 경제적 이익과 사회에 긍정적인 영향을 미치고자 하는 책임 의식이라는 서로 다른 가치들을 동시에 추구하고자 한다는 것을 의미한다고 하였다(나종연, 2003 재인용). 이러한 관점에서 사회적 책임의식은 개별 소비자의 개인적 차원에서 합리성이나 도덕성을 넘어 소비자가 자본주의 시장경제의 한 주체라는 입장에서 적극적으로 능동적으로 시장경제의 윤리성을 확보하기 위해 어떻게 판단하고 실천해야 할 것인가의 규범적인 내용이며, 개인적 차원을 넘어 소비가 사회적 기제로 올바르게 작용하도록 하기 위한 소비자의 행위 내지 인식이라고 볼 수 있다(권정호, 2007).

김재현(2009)에 따르면 국내 윤리적 소비자들은 사회구성원으로서 공익에 일조해야 한다는 책임감을 느끼고 자신의 구매력을 통해 이를 실천하고자 하는 의지를 보였으며, 구매의사결정과정에서 윤리적 소비 관련 제품을 우선순위에 두고 구입하는 것으로 나타나 사회적 책임의식이 윤리적 소비에 정적 영향을 미친다고 보았다. 또한 Tucker 등(1981)도 사회적 책임의식이 높을수록 환경 책임적 소비를 한다고 하였다.

(3) 이상주의

이상주의(idealism)란 정당한 행동은 항상 바람직한 결과를 얻을 수 있다고 믿는 것(Forsyth, 1980)이며, 다른 사람에게 해를 끼쳐서는 안된다는 도덕적 행동을 수용하는 정도이다(Barnett et al., 1998). 따라서 이상주의가 강한 성향의 사람들은 도덕적 판단을 할 때 실용주의적 기준보다 이상주의적 기준을 적용하여 다른 사람을 해롭게 하는 것은 보편적으로 나쁜 것이며 이런 경우는 피해야 한다는 입장을 갖고(Forsyth, 1992; Lee & Sirgy, 1999), 이상주의가 약한 사람들은 실용주의의 측면을 강조하여 행동을 판단하는 적절한 기준이 부분적으로 행동이 가져오는 결과에 기인한다고 보았다(Forsyth, 1992).

이상주의와 윤리적 소비를 살펴보면 이상주의적일수록 윤리적 지각 정도가 높고, 이상주의적일수록 윤리적 소비행동을 많이해 윤리적 이념인 이상주의 수준이 높을수록 윤리적 소비 행동 수준이 높은 것으로 나타났다(제미경 외, 2004; 제미경·Robert O., 2007). 그러나 이상주의가 윤리적 소비에 영향을 미치지 않는다는 연구결과(이승희·노유나, 2007)도 존재한다.

III. 연구방법

1. 연구문제와 연구도식

이 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

<연구문제 1> 대학생의 윤리적 소비(상거래에서의 윤리적 소비, 동시대 인류를 위한 윤리적 소비, 미래세대를 위한 윤리적 소비)는 어떠한 경향을 보이는가?

<연구문제 2> 대학생의 윤리적 소비는 인구통계학적 변인에 따라 어떠한 차이를 보이는가?

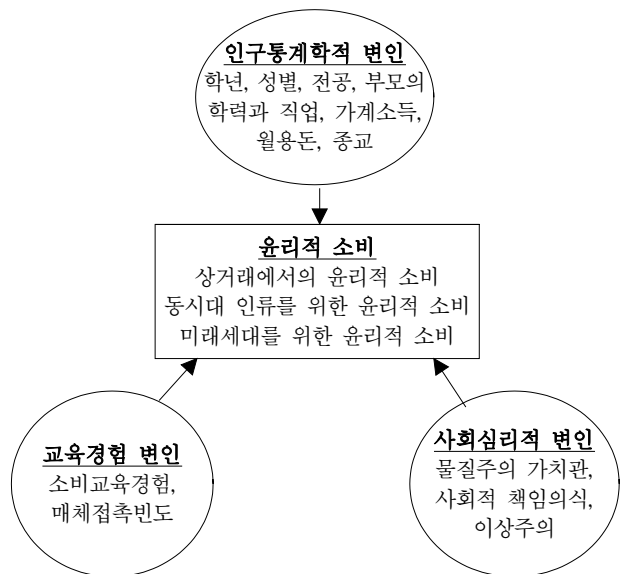
[2-1] 조사대상 대학생의 상거래에서의 윤리적 소비(속임, 손상, 오용, 불법)는 인구통계학적 변인에 따라 어떠한 차이를 보이는가?

[2-2] 조사대상 대학생의 동시대 인류를 위한 윤리적 소비(사회의식적 소비, 공정무역제품 소비, 로컬소비, 기부와 나눔 소비)는 인구통계학적 변인에 따라 어떠한 차이를 보이는가?

[2-3] 조사대상 대학생의 미래세대를 위한 윤리적 소비(녹색구매, 녹색사용, 녹색처분, 절제와 간소한 삶)는 인구통계학적 변인에 따라 어떠한 차이를 보이는가?

<연구문제 3> 대학생의 윤리적 소비에 대한 제 변인들(인구통계학적 변인, 교육경험변인, 사회심리적 변인)의 영향력은 어떠한가?

이상의 연구문제를 도식으로 표현하면 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구도식

1) 윤리적 소비

이 연구에서 윤리적 소비란 개인의 소비생활이 자신과 타인, 사회와 자연환경을 존중하고 배려하는 선(善)한 행위를 의미한다. 윤리적 소비 척도는 크게 '상거래에서의 윤리적 소비', '동시대 인류를 위한 윤리적 소비', '미래세대를 위한 윤리적 소비'로 구성하였다.

상거래에서의 윤리적 소비 척도는 신상현(2000)이 선행연구를 기초로 하여 작성한 척도에서 '속임', '손상', '오용', '불법' 하위영역에 속하는 문항을 각각 4문항씩 추출(총 16문항)하여 조사한 후 신뢰도를 떨어뜨리는 2문항을 제외한 14문항이 분석에 사용되었다. 모든 문항이 비윤리적인 내용이므로 5점 리커

트 척도로 측정된 후 역점 처리하여 점수가 높을수록 윤리적인 것으로 해석하였다. 척도의 신뢰도 계수는 '속임(4문항)' .63, '손상(3문항)' .62, '오용(4문항)' .61, '불법(3문항)' .58로 나타났다.

동시대 인류를 위한 윤리적 소비 척도는 선행연구(천경희 외, 2010)를 바탕으로 4하위영역의 14문항을 구성하였다. 직교회전의 일종인 베리맥스(varimax)방법으로 요인분석을 실시하였고, 분석결과 4개 요인으로 묶였으며 4요인에 의하여 전체 분산의 54%가 설명되었다. '전혀 그렇지 않다'에서 '매우 그렇다'까지 5점 리커트 척도로 측정하여, 점수가 높을수록 각 하위영역의 윤리적 소비 수준이 높은 것으로 해석하였다. 요인 I은 '공정무역 제품 소비', 요인 II는 '기부와 나눔 소비', 요인 III은

<표 2> 동시대 인류를 위한 윤리적 소비

요인	요인 적재치	Eigen Value (proportion)	신뢰도 (Cronbach'a)	문 항 내 용
요인 I 공정무역 제품소비	.56	2.20(.27)	.75	1. 기업이 생산과정에서 노동자를 착취하여 만들어 낸 제품은 구매하지 않는다. 2. 초콜릿이나 커피를 구매할 때 가능한한 공정무역 제품을 구매하려 노력한다. 3. 노동자의 인권에 관심을 갖고 도움을 줄 수 있는 소비를 한다. 4. 여행을 할 때 환경에 피해를 주지 않는 견기여행 같은 공정여행을 한다.
	.80			
	.80			
	.57			
요인 II 기부와 나눔 소비	.65	1.98(.10)	.64	5. TV프로그램을 시청하다가 내용에 감동받으면 기부한다. 6. 필요하지 않은 물건은 아름다운 가게와 같은 재활용 업체에 기증한다. 7. 매달 얼마씩을 일정한 단체나 사람에게 기부한다. 8. 나에게 필요하지 않은 물건들을 필요한 사람들이 사용할 수 있도록 나눠 준다.
	.63			
	.74			
	.63			
요인 III 사회의식적 소비	.71	1.79(.09)	.53	9. 제품을 구매할 때 사회적 책임을 다하는 회사제품을 구매한다. 10. 소비에 관한 뉴스에 관심을 늘 갖고 있다. 11. 구매한 제품이나 서비스에 대한 구매후기를 적극적으로 알린다.
	.72			
	.55			
요인 IV 로컬소비	.60	1.60(.07)	.51	12. 되도록 외국에서 수입한 과일이나 채소는 적게 먹는다. 13. 대형유통점보다 재래시장이나 소규모 가게를 이용한다. 14. 기능이 같으면 중소기업 제품을 우선 구매한다.
	.76			
	.68			
전 체	-	7.57(.54)	.78	

<표 3> 미래세대를 위한 윤리적 소비

요인	요인 적재치	Eigen Value (proportion)	신뢰도 (Cronbach'a)	문 항 내 용
요인 I 녹색구매	.71	2.18(.29)	.69	1. 제품을 구매할 때 환경친화적 제품인지 확인하고 구매한다. 2. 기업이 생산과정에서 환경에 해를 끼쳐 만들어 낸 제품은 구매하지 않는다. 3. 가능하면 재생용품을 구매한다. 4. 캔이나 종이팩보다는 병제품을 구매한다.
	.76			
	.71			
	.52			
요인 II 녹색사용	.65	1.91(.07)	.66	5. 휴지 대신 손수건을, 종이컵 대신 머그잔을 사용한다. 6. 패스트푸드나 인스턴트 식품을 가능한 먹지 않는다. 7. 환경문제 때문에 최신제품만을 고집하지 않고 재활용 및 중고제품을 이용한다. 8. 리필 제품을 자주 활용한다.
	.79			
	.64			
	.50			
요인 III 녹색처분	.76	2.02(.08)	.68	9. 쓰레기를 버릴 때 반드시 분리수거를 한다. 10. 야외에서 놀고 난 뒤 쓰레기는 되가져온다. 11. 쓸 수 있는 제품을 버려야 할 경우 타인이 사용할 수 있도록 조치한다. 12. 종이류는 버리지 않고 이면지를 재활용한다.
	.80			
	.56			
	.49			
요인 IV 절제와 간소한 삶	.76	2.17(.13)	.71	13. (새 물건을 살 능력이 있지만) 현재 가지고 있는 물건들을 잘 관리해 오래 사용하려고 노력한다. 14. (소비할 능력이 있지만) 소비를 줄이려고 구체적인 노력을 하고 있다. 15. (건강과 환경을 위해) 차를 타기보다 가까운 거리는 뒀 수 있으면 걸어 다닌다.
	.77			
	.72			
전 체	-	8.28(.55)	.82	

‘사회적 책임적 소비’, 요인 IV는 ‘로컬 소비’이며, 척도의 신뢰도 계수는 .53~.78로 나타났다<표 2>.

미래세대를 위한 윤리적 소비 척도는 선행연구(천경희 외, 2010)를 바탕으로 수정·보완하여 4하위영역의 15문항을 구성하였다. 직교회전의 일종인 베리맥스(varimax)방법으로 요인 분석을 실시하였고, 분석결과 4개 요인으로 묶였으며, 4요인에 의하여 전체분산의 55%가 설명되었다. ‘전혀 그렇지 않다’에서 ‘매우 그렇다’까지 5점 리커트 척도로 측정하여, 점수가 높을수록 각 하위영역의 윤리적 소비 수준이 높은 것으로 해석하였다. 요인 I은 ‘녹색구매’, 요인 II는 ‘녹색사용’, 요인 III은 ‘녹색처분’, 요인 IV는 ‘절제와 간소한 삶’이며, 척도의 신뢰도 계수는 .66~.82로 나타났다<표 3>.

2) 교육경험 변인

환경교육을 포함한 소비교육경험은 최근 2년 이내에 학교나 사회단체 등에서 소비생활에 관한 교육을 받은 경험이 있는지 경험유무를 묻은 후, 유경험자에게 교육빈도를 물어 측정하였다. 윤리적 소비관련 매체접촉빈도는 최근 2년 이내에 윤리적 소비에 관한 책이나 잡지, TV나 라디오, 인터넷 등의 매체를 어느 정도 접했는지를 매체별로 그 빈도를 측정하였다.

3) 사회심리적 변인

물질주의 가치관 척도는 임은아(2005)가 Richins와 Dawson (1992)의 물질주의 가치척도를 수정, 보완하여 사용한 것을 참고하여 5점 Likert방식의 12문항으로 구성하였으며, 점수가 높을수록 물질주의 성향이 높다고 해석하였다. 물질주의 척도의 신뢰도 계수 Cronbach' α는 .81이다.

사회적 책임의식 척도는 Berkowitz와 Lutterman (1968)이 개발한 척도를 수정, 보완하여 5점 Likert방식의 6문항으로 구성하였으며, 점수가 높을수록 사회적 책임의식이 높다고 해석하였다. 사회적 책임의식의 신뢰도 계수Cronbach' α는 .52이다.

이상주의 가치관 척도는 Forsyth (1980)에 의해 개발된 Ethics Position Questionnaire (EPQ) 척도를 수정, 보완하여 사용하였다. 이상주의는 5점 Likert방식의 7문항으로 구성하였으며, 점수가 높을수록 이상주의 성향이 높다고 해석하였다. 이상주의 척도의 신뢰도 계수 Cronbach' α는 .81이다.

4) 인구통계학적 변인

성별은 남학생은 1점, 여학생은 0점을 주는 가변수(dummy variable)처리하여 사용하였다. 부모의 학력은 교육받은 햇수를 적게 하며, 월평균 가계소득과 월평균 용돈은 그 액수를 적게 하여 비율척도로 측정하였다. 부모의 직업은 직업기준표를 이용하여 측정하였고, 종교는 종교 있음은 1, 종교 없음은 0을 주는 가변수(dummy variable)처리하여 사용하였다.

3. 조사대상 및 자료수집

이 연구의 조사대상은 대학생 소비자이다. 자료수집은 2010년 6월 광주광역시 소재 C대학교 J대학, E대학, H대학, N대학에서 교양과목과 전공과목을 수강하는 학생을 대상으로 담당교수의 도움을 받아 강의시간에 질문지를 작성하게 한 후 수거하였다. 총 761부가 자료분석에 사용되었다. 조사대상자의 특성은 <표 4>와 같다.

<표 4> 조사대상자의 인구통계학적 특성

(N=761)

변인	구분	사례수	변인	구분	사례수
성별	남자	257	종교	유	384
	여자	504		무	375
학년	1학년	185	전공	인문/사회계열	410
	2학년	265		자연/공학계열	327
	3학년	178		예술/체육계열	24
	4학년	132			
부의 학력	중졸이하	75	모의 학력	중졸이하	104
	고졸	296		고졸	414
	대학이상	370		대학이상	224
부의 직업	없음	18	모의 직업	없음(전업주부)	338
	생산/판매/서비스직	284		생산/판매/서비스직	226
	사무/기술직	293		사무/기술직	130
	관리/전문직	124		관리/전문직	43
가계소득	200만원 이하	115	월용돈	20만원 미만	95
	201-300만원	126		20-29만원	204
	301-400만원	115		30-39만원	250
	400만원 초과	148		40만원 이상	120

※ 결측값으로 인하여 빈도에 차이가 있음



4. 자료분석방법

수집된 자료의 분석은 SAS(Ver. 9.1) 통계패키지를 사용하여 검사도구의 하위영역 분류와 신뢰도를 검증하기 위하여 요인 분석(factor analysis)과 Cronbach's α 계수를 산출하였다.

인구통계학적 변인에 따른 윤리적 소비의 차이를 알아보기 위해 t검증(t-test)과 일원분산분석(one-way ANOVA), 사후검증으로 던컨의 다중비교검증(Duncan's multiple range test)을 실시하였다. 윤리적 소비에 대한 제 변인들의 영향력을 알아보기 위해 중다회귀분석(multiple regression analysis)을 실시하였다. 이때 기본가정의 충족여부를 알아보기 위해 분산팽창계수(VIF, Variance Inflation Factor)와 Durbin-Watson 통계량, Pearson의 적률상관계수를 산출하여 확인하였다.

IV. 연구결과

1. 윤리적 소비의 일반적 경향

대학생 소비자의 윤리적 소비의 일반적 경향은 <표 5>와 같다. 구체적으로 살펴보면 상거래에서의 윤리적 소비는 5점 만점에 평균 3.64, 동시대 인류를 위한 윤리적 소비는 2.66, 미래세대를 위한 윤리적 소비는 3.12로 나타나 상거래에서의 윤리적 소비가 가장 높았고, 미래세대를 위한 윤리적 소비는 보통보다 약간 높았으며, 동시대 인류를 위한 윤리적 소비는 보통을 약간 밑도는 것으로 나타났다.

이는 상거래에서의 윤리적 소비는 대학생이 일상생활에서 흔히 접하는 현상인 반면, 동시대 인류를 위한 윤리적 소비와 미래세대를 위한 윤리적 소비는 아직까지 우리사회에 보편화

되지 않은 공정무역제품 소비나 의식적인 소비행동인 녹색소비와 같은 현상을 주로 다루기 때문으로 추측해 볼 수 있다.

상거래에서의 윤리적 소비를 하위 영역별로 살펴보면 손상이 4.43, 오용이 3.63, 속임이 3.53, 불법이 3.02로 대학생들은 상품 구매시 제품을 훼손하는 행위에 대한 윤리적 소비 수준이 가장 높았고, 반면에 사회화된 불법이라 볼 수 있는 책이나 소프트웨어 등의 불법복제 등에 대해서는 윤리적 소비 수준이 보통으로 나타나 큰 문제라고 느끼지 않는 것으로 나타났다. 복제나 짝퉁 상품 구매는 엄연한 불법임에도 불구하고 대학생들의 불법적인 상거래에서의 윤리적 소비 수준이 높지 않다는 것은 우려할만한 결과이다. 저작권이나 상표권에 대한 제재가 점차 강화되는 시점에서 사회화 된 불법에 대한 의식을 고양하고, 상거래에서의 불법적인 윤리적 소비 행동을 근절하도록 강력한 법적·제도적 장치 마련이 요구된다.

동시대 인류를 위한 윤리적 소비는 사회의식적 소비는 2.87, 공정무역 제품 소비는 2.72, 로컬소비는 2.60, 기부와 나눔 소비는 2.47로 전반적인 윤리적 소비 수준이 보통 이하로 낮았다. 살아온 날들보다 앞으로 살아갈 날들이 더욱 많은 대학생들이 동시대 인류를 위한 윤리적 소비가 이처럼 낮다는 것은 매우 우려할만한 결과로 앞으로 우리나라 대학생들이 소비생활을 함에 있어 사회에 대한 책임의식을 가지고 공정무역 제품을 소비하고, 지역에서 생산된 제품을 소비하며, 기부와 나눔을 실천하는 소비를 해 나가도록 지도해 나가야 할 것이다.

미래세대를 위한 윤리적 소비는 녹색처분이 3.61, 절제와 간소한 삶이 3.52, 녹색구매가 2.73, 녹색사용이 2.70으로 나타났다. 대학생들의 녹색처분에 대한 윤리적 소비 수준은 높은 반면 녹색제품 구매와 사용에 대한 윤리적 소비 수준이 낮다는 것은 지난 수년 동안 공익광고 활동과 지자체 등의 노력으로 쓰레기 분리수거 같은 녹색처분 환경과 분위기가 형성된 반면 효율성과 편의성을 주로 추구하는 사회적 분위기와 낮은 소득과 용돈 등이 대학생들의 녹색구매와 사용에 대한 윤리적 소비 형성을 어렵게 했을 것으로 추측할 수 있다.

따라서 대학생들의 녹색구매와 사용에 대한 윤리적 소비가 형성되기 위해서는 지자체의 지원 및 기업들의 노력을 통해 녹색제품에 대한 비용을 낮추어 제품 가격을 현실화 하고, 녹색 제품을 사용하는 것이 '궁상스러운 행동'보다 '사회와 환경에 이로운 일을 하는 행동'으로 여겨질 수 있는 분위기를 만들어 나가야 할 것이다.

2. 인구통계학적 변인에 따른 윤리적 소비

1) 인구통계학적 변인에 따른 상거래에서의 윤리적 소비  
인구통계학적 변인에 따른 상거래에서의 윤리적 소비를 살펴보면 성별, 학년, 종교에서만 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 전공, 부모학력, 부모직업, 가계소득, 용돈에 따른 차이는

<표 5> 윤리적 소비의 일반적 경향

윤리적 소비	M (std)
상거래에서의 윤리적 소비	3.64(.50)
속임	3.53(.73)
손상	4.43(.61)
오용	3.63(.75)
불법	3.02(.84)
동시대 인류를 위한 윤리적 소비	2.66(.48)
사회이식적 소비	2.87(.69)
공정무역 제품 소비	2.72(.68)
로컬소비	2.60(.66)
기부와 나눔 소비	2.47(.69)
미래세대를 위한 윤리적 소비	3.12(.51)
녹색구매	2.73(.66)
녹색사용	2.70(.69)
녹색처분	3.61(.68)
절제와 간소한 삶	3.52(.77)
전체	3.14(.34)

나타나지 않았다<표 6>.

성별에 따른 상거래에서의 윤리적 소비는 '손상' ( $t=-1.99$ ,  $p<.05$ )과 '불법'( $t=3.79$ ,  $p<.001$ )에서 차이가 나타났다. 즉, 상거래시 손상에 대해서는 남학생이 여학생에 비해 윤리적 소비 수준이 높았고, 상거래시 불법적인 소비에서는 여학생이 남학생에 비해 윤리적 소비 수준이 높아 상거래에서의 윤리적 소비는 남성이 여성보다 더 윤리적이라는 연구(신상헌, 2000) 결과와는 차이가 있음을 알 수 있다.

학년에 따른 상거래에서의 윤리적 소비는 '불법'( $t=3.53$ ,  $p<.01$ )에서 통계적으로 유의한 차이가 나타나 고학년에 비해 저학년이 상거래에서의 불법적인 윤리적 소비 행동을 많이 한다는 것을 보여준다. 이는 대학생의 경우 학년이 올라갈수록

보다 윤리적이라는 연구결과(신상헌, 2000; 제미경 외, 2004)와는 대조적으로 고무할만한 결과로 보여진다.

종교에 따른 상거래에서의 윤리적 소비는 '속임'( $t=-2.49$ ,  $p<.01$ )과 '불법'( $t=-2.30$ ,  $p<.05$ )에서 차이가 나타났다. 즉, 종교가 없는 학생에 비해 종교가 있는 학생이 상거래시 속임에 대한 윤리적 소비와 상거래에서의 불법적인 윤리적 소비 행동 수준이 높아 종교가 있는 경우 비윤리적 지각 정도가 낮다는 Kenney와 Lawton (1998)의 연구결과를 지지하였다.

- 2) 인구통계학적 변인에 따른 동시대 인류를 위한 윤리적 소비
- 인구통계학적 변인에 따른 동시대 인류를 위한 윤리적 소비

<표 6> 인구통계학적 변인에 따른 상거래에서의 윤리적 소비

인구통계변인		상거래 윤리		속임			손상			오용			불법			전체		
		M	D	t, F값	M	D	t, F값	M	D	t, F값	M	D	t, F값	M	D	t, F값		
성별	남	3.50			4.49		3.68		2.86		3.63							
	여	3.55		.73	4.39		3.61		3.10		3.65		3.79***				.50	
학년	1학년	3.54			4.43		3.65		3.12	A	3.67							
	2학년	3.56			4.46		3.66		3.27	A	3.68							
	3학년	3.55		1.11	4.38		3.61		2.98	AB	3.59		3.53**				1.51	
	4학년	3.57			4.41		3.58		2.83	B	3.60							
전공	인문/사회	3.56			4.43		3.62		2.98		3.64							
	자연/공학	3.50		0.82	4.44		3.65		3.07		3.65						1.32	
	예체능	3.44			4.14		3.50		2.86		3.48		1.55					
부학력	중졸이하	3.58			4.49		3.68		2.98		3.68							
	고졸	3.57		0.80	4.44		3.65		3.05		3.67		0.36				0.88	
	대학이상	3.50			4.41		3.60		3.01		3.62							
모학력	중졸이하	3.62			4.43		3.66		2.96		3.66							
	고졸	3.54		0.90	4.46		3.65		3.04		3.66		0.39				0.70	
	대학이상	3.50			4.39		3.59		3.02		3.61							
부직업	무	3.51			4.35		3.58		2.87		3.58							
	생산판매서비스	3.51			4.41		3.68		2.97		3.64							
	사무/기술직	3.52		0.29	4.43		3.62		3.04		3.64		0.61				0.10	
	관리/전문직	3.58			4.45		3.54		3.05		3.64							
모직업	무	3.50			4.42		3.64		3.04		3.64							
	생산판매서비스	3.54			4.44		3.66		2.99		3.65							
	사무/기술직	3.52		2.24	4.48		3.63		3.02		3.65		0.65				0.18	
	관리/전문직	3.80			4.26		3.42		2.57		3.59							
가계소득	200만원이하	3.47			4.39		3.57		3.13		3.62							
	201-300만원	3.55			4.39		3.70		2.98		3.65							
	301-400만원	3.47		0.70	4.45		3.62		2.94		3.61		1.14				0.14	
	400만원초과	3.58			4.40		3.56		2.99		3.62							
월용돈액	20만원 미만	3.54			4.42		3.63		3.05		3.65							
	20-29만원	3.48			4.41		3.65		2.93		3.61							
	30-39만원	3.54		1.07	4.46		3.66		3.05		3.67		0.96				0.50	
	40만원 이상	3.63			4.37		3.53		3.06		3.64							
종교	유	3.60			4.42		3.59		3.09		3.66							
	무	3.47		-2.49**	4.44		3.67		2.95		3.62		-2.30*				-1.11	

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

D: Duncan's Multiple Range Test

를 살펴보면 성별, 학년, 전공, 부모학력, 용돈, 종교에서만 통계적으로 유의한 차이가 나타났고, 부모직업, 가계소득에 따른 차이는 나타나지 않았다<표 7>.

성별에 따른 동시대 인류를 위한 윤리적 소비를 살펴보면, '사회 의식적 소비'(t=2.05, p<.05), '기부와 나눔 소비'(t=2.12, p<.05)에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 즉, 여학생이 남학생보다 사회 의식적 소비와 기부와 나눔 소비에 대한 윤리적 소비 수준이 높은 것으로 나타났다.

학년에 따른 동시대 인류를 위한 윤리적 소비를 살펴보면, 로컬소비를 제외한 '사회 의식적 소비'(F=2.55, p<.05), '공정무역 제품 소비'(F=2.72, p<.05), '기부와 나눔 소비'(F=2.78, p<.05), '전체 동시대 인류를 위한 윤리적 소비'(F=3.37, p<.01)에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 즉, 고학년 학생일수록 사회 의식적 소비, 공정무역 제품 소비, 기부와 나눔 소비,

전체 동시대 인류를 위한 윤리적 소비 수준이 높은 것으로 나타났다.

전공에 따른 동시대 인류를 위한 윤리적 소비는 '로컬소비'(F=4.68, p<.01)에서만 차이가 나타났다. 즉, 인문사회계열, 자연공학계열, 예체능계열 순으로 로컬소비에 대한 윤리적 소비 수준이 높은 것으로 나타났다.

부학력에 따른 동시대 인류를 위한 윤리적 소비는 '로컬소비'에서만 차이가 나타났다(F=3.03, p<.05). 즉, 부학력이 중졸이하인 학생이 부학력이 대졸이상인 학생에 비해 로컬소비에 대한 윤리적 소비 의식이 높은 것으로 나타났다.

모학력에 따른 동시대 인류를 위한 윤리적 소비는 '공정무역 제품 소비'(F=4.36, p<.05), '로컬소비'(F=4.56, p<.05), '전체 동시대 인류를 위한 윤리적 소비'(F=3.97, p<.05)에서 차이가 나타났다. 즉, 모학력이 대졸이상인 학생이 모학력이 고졸이하인

<표 7> 인구통계학적 변인에 따른 동시대 인류를 위한 윤리적 소비

인구통계변인		동시대 윤리적 소비		사회 의식적 소비		공정무역 제품 소비		로컬소비		기부와 나눔 소비		전체	
		M	D	t, F값	M	D	t, F값	M	D	t, F값	M	D	t, F값
성별	남	2.80		2.05*	2.69		0.72	2.66		-1.78	2.40		1.28
	여	2.91			2.73			2.57			2.51		
학년	1학년	2.78	B	2.55*	2.61	B	2.72*	2.56	1.04	2.37	B	2.60	B
	2학년	2.84	AB		2.75	AB		2.60		2.45	AB	2.65	AB
	3학년	2.95	A		2.70	AB		2.57		2.58	A	2.69	A
	4학년	2.95	A		2.82	A		2.59		2.50	AB	2.73	A
전공	인문/사회	2.88		0.39	2.71		0.95	2.54	B	2.48		2.64	
	자연/공학	2.86			2.71			2.67	AB	2.45		2.66	
	예체능	2.76			2.91			2.79	A	2.69		2.79	
부학력	중졸이하	2.80		0.42	2.60		2.18	2.70	A	2.42		2.61	
	고졸	2.87			2.77			2.65	AB	2.48		2.68	
	대학이상	2.87			2.70			2.55	B	2.48		2.64	
모학력	중졸이하	2.74		2.30	2.64	AB	4.36*	2.70	A	2.38		2.60	A
	고졸	2.90			2.78	A		2.64	A	2.50		2.70	B
	대학이상	2.85			2.62	B		2.50	B	2.45		2.59	A
부직업	무	2.93		0.25	2.83		0.30	2.65		2.57		2.74	
	생산판매서비스	2.88			2.70			2.67		2.42		2.65	
	사무/기술직	2.88			2.71			2.55		2.58		2.65	
	관리/전문직	2.83			2.74			2.55		2.54		2.66	
모직업	무	2.93		1.15	2.72		0.08	2.56		2.44		2.65	
	생산판매서비스	2.85			2.74			2.69		2.48		2.68	
	사무/기술직	2.83			2.71			2.56		2.55		2.66	
	관리/전문직	2.79			2.70			2.59		2.49		2.63	
가계소득	200만원이하	2.89		0.04	2.74		0.26	2.67		2.48		2.68	
	201-300만원	2.90			2.72			2.64		2.48		2.67	
	301-400만원	2.88			2.78			2.59		2.48		2.68	
	400만원초과	2.91			2.72			2.52		2.56		2.67	
월용돈액	20만원 미만	2.86		0.11	2.76	AB	2.50*	2.66		2.43		2.67	
	20-29만원	2.88			2.72	AB		2.62		2.47		2.66	
	30-39만원	2.90			2.66	B		2.63		2.46		2.65	
	40만원 이상	2.90			2.85	A		2.55		2.62		2.73	
종교	유	2.89		-1.03	2.73		-0.52	2.59		2.57		2.69	
	무	2.84			2.70			2.61		2.37		2.62	

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

D: Duncan's Multiple Range Test

학생에 비해 공정무역 제품 소비와 로컬소비에 대한 윤리적 소비 수준이 높고, 전체 동시대 인류를 위한 윤리적 소비는 모학력이 고졸인 학생이 모학력이 중졸 또는 대졸이상인 학생에 비해 윤리적 소비 수준이 높았다.

용돈액에 따른 동시대 인류를 위한 윤리적 소비는 '공정무역 제품 소비'에서만 차이가 있었다(F=2.50, p<.05). 즉, 한 달 용돈을 40만원 이상 받는 학생이 30만원 이상 40만원 미만 받는 학생에 비해 공정무역 제품 소비에 대한 윤리적 소비 수준이 높은 것으로 나타나 용돈이 적은 집단의 학생이 용돈이 많은 집단의 학생보다 비윤리적이라는 신상현(2000)의 연구를 지지한 반면 용돈액수가 많을수록 비윤리적으로 행동한다는 재미경 외(2004)의 연구와는 대조적인 결과를 보여주었다.

종교에 따른 동시대 인류를 위한 윤리적 소비는 '기부와 나눔 소비'(t=-3.95, p<.001), '전체 동시대 인류를 위한 윤리적 소비'(t=-2.01, p<.05)에서 차이가 나타났다. 즉, 종교가 있는 학생이 종교가 없는 학생에 비해 기부와 나눔에 대한 윤리적 소비 수준과 전체 동시대 인류를 위한 윤리적 소비 수준이 높게 나타났다.

3) 인구통계학적 변인에 따른 미래세대를 위한 윤리적 소비  
인구통계학적 변인에 따른 미래세대를 위한 윤리적 소비를 살펴보면 성별, 학년, 모학력, 부직업, 가계소득, 용돈에서만 통계적으로 유의한 차이가 나타났고, 부학력, 모직업, 종교에 따른 차이는 나타나지 않았다<표 8>.

<표 8> 인구통계학적 변인에 따른 미래세대를 위한 윤리적 소비

미래세대 윤리적 소비		녹색구매			녹색사용			녹색처분			절제와 간소화			전체		
		M	D	t, F값	M	D	t, F값	M	D	t, F값	M	D	t, F값	M	D	t, F값
성별	남	2.74			2.71			3.68			3.52			3.14		
	여	2.71		0.66	2.68		0.61	3.48		3.79***	3.53		-0.21	3.07		1.77
학년	1학년	2.63			2.62			3.54	B		3.40			3.02	B	
	2학년	2.77			2.70			3.62	AB		3.55			3.14	A	
	3학년	2.74		1.78	2.73		1.42	3.58	B	2.70*	3.52		2.40	3.11	AB	3.45*
	4학년	2.77			2.77			3.75	A		3.63			3.20	A	
전공	인문/사회	2.70			2.69			3.64			3.57			3.12		
	자연/공학	2.76		0.68	2.72		0.64	3.59		1.21	3.47		2.15	3.11		0.46
	예체능	2.79			2.57			3.46			3.34			3.02		
부학력	중졸이하	2.64			2.70			3.49			3.63			3.08		
	고졸	2.74		0.74	2.74		0.97	3.66		2.17	3.51		0.89	3.14		0.67
	대학이상	2.74			2.66			3.59			3.51			3.10		
모학력	중졸이하	2.74			2.71	AB		3.49			3.60			3.10		
	고졸	2.75		0.83	2.75	A	3.19*	3.64		2.16	3.53		0.71	3.14		1.35
	대학이상	2.68			2.60	B		3.63			3.49			3.07		
부직업	무	2.76			2.89			4.01	A		3.65			3.31		
	생산판매서비스	2.72			2.74			3.55	B		3.54			3.11		
	사무/기술직	2.73		0.05	2.66		1.14	3.60	B	3.29*	3.47		0.61	3.09		1.18
	관리/전문직	2.74			2.72			3.68	B		3.54			3.14		
모직업	무	2.74			2.72			3.60			3.50			3.12		
	생산판매서비스	2.74			2.73			3.61			3.57			3.14		
	사무/기술직	2.68		0.40	2.63		1.18	3.69		0.63	3.51		0.36	3.10		0.33
	관리/전문직	2.69			2.58			3.56			3.53			3.06		
가계소득	200만원이하	2.71			2.77			3.60			3.67	A		3.15		
	201-300만원	2.80			2.73			3.67			3.54	AB		3.16		
	301-400만원	2.70		0.94	2.63		1.53	3.63		0.31	3.38	B	2.79*	3.06		1.32
	400만원초과	2.70			2.61			3.59			3.53	AB		3.08		
월용돈액	20만원 미만	2.78			2.84	A		3.74			3.76	A		3.25	A	
	20-29만원	2.67			2.66	B		3.64			3.60	B		3.11	B	
	30-39만원	2.75		0.83	2.72	AB	3.00*	3.59		1.31	3.49	BC	5.69***	3.11	B	3.05*
	40만원 이상	2.74			2.58	B		3.60			3.35	C		3.05	B	
종교	유	2.75			2.72			3.66			3.57			3.15		
	무	2.71		-0.78	2.68		-0.81	3.57		-1.86	3.48		-1.57	3.08		-1.71

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001  
D: Duncan's Multiple Range Test

성별에 따른 미래세대를 위한 윤리적 소비를 살펴보면, '녹색채분'(t=3.79, p<.001)에서 통계적으로 유의한 차이가 나타나 남학생이 여학생보다 녹색채분에 대한 윤리적 소비 수준이 높음을 알 수 있다.

학년에 따른 미래세대를 위한 윤리적 소비를 살펴보면, '녹색채분'(F=2.70, p<.05)과 '전체 미래 세대에 대한 윤리적 소비'(F=3.45, p<.05)에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 즉, 4학년 학생이 다른 학년에 비해 녹색채분 윤리적 소비 수준이 높았고, 2학년 학생이 다른 학생 학생에 비해 전체 미래 세대에 대한 윤리적 소비 수준이 낮은 것으로 나타났다.

모하력에 따른 미래 세대에 대한 윤리적 소비는 '녹색사용'에서만 차이가 나타났다(F=3.19, p<.05). 구체적으로 살펴보면, 모의 학력이 고졸인 학생이 녹색사용에 대한 윤리적 소비 수준이 가장 높았고, 모의 학력이 대졸이상인 학생이 녹색사용에 대한 윤리적 소비 수준이 가장 낮았다.

부직업에 따른 미래 세대에 대한 윤리적 소비는 '녹색채분'에서만 차이가 나타났다(F=3.29, p<.05). 구체적으로 살펴보면, 아버지가 직업이 있는 학생에 비해 아버지가 직업이 없는 학생이 녹색채분에서의 윤리적 소비 수준이 월등하게 높게 나타났다.

가계소득에 따른 미래 세대에 대한 윤리적 소비는 '절제와 간소화'에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다(F=2.79, p<.05). 구체적으로 살펴보면, 가계소득이 200만원 이하인 학생의 윤리적 소비 수준이 가장 높았고, 가계소득이 301만원 이상 400만원 이하인 학생의 윤리적 소비 수준이 가장 낮아 가계소득과 '절제와 간소화' 사이에는 부적 상관이 있음을 알 수 있다. 가계소득이 낮은 학생이 윤리적 소비 수준이 높다는 것은 소득수준이 낮은 집단이 소비자행동에서 보다 비윤리적이라는 여러 연구(송인숙과 제미경, 2006; 김정훈, 2004; Muncy & Vitell, 1992; Pratt, 1991)의 결과와는 반대되는 결과로 고무할만한 결과라 보여진다.

용돈에 따른 미래 세대에 대한 윤리적 소비는 '녹색사용'(F=3.00, p<.05)과 '절제와 간소화'(F=5.69, p<.001)에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 즉, 용돈이 20만원 미만인 학생이 녹색사용에 대한 윤리적 소비 수준이 높고, 용돈이 적은 학생이 절제와 간소화에 윤리적 소비 수준이 높았다.

3. 윤리적 소비에 영향을 미치는 변인

윤리적 소비에 대한 관련변인들의 선형적 영향(linear effect)을 알아보기 위해 중회귀분석을 실시하였다<표 9, 10, 11>. 인구통계학적 변인은 학년, 성별, 종교, 월용돈액을 포함시켰으며, 교육경험변인으로 소비교육경험과 관련매체접촉을, 사회심리적 변인으로 물질주의 가치관과 사회적 책임의식, 이상주의를 포함시켰다. 성과 종교는 남자(종교 있음)를 1, 여자(종교 없음)를 0으로 하는 가변수(dummy variable) 처리를 하였다.

독립변인들 간의 다중공선성의 존재 가능성을 살펴보기 위해 상관관계 분석을 한 결과 상관계수(r)가 .00~.39 사이로 높은 상관관계가 나타나지 않았다. 다중공선성을 검토하기 위해 분산팽창계수(VIF, variance inflation factor)를 구한 결과도 1.02~1.24로 다중공선성이 없다고 할 수 있다. 또한 오차항의 독립성 검토를 위해 Durbin-Watson의 통계량을 계산하였으며 15개 회귀식 모두 D-W 값이 1.86~2.04로 나타나서 잔차 간의 자기상관이 없는 것으로 나타났다.

1) 상거래에서의 윤리적 소비에 영향을 미치는 관련변인 상거래에서의 윤리적 소비 하위영역 중 '속임'에 유의한 영향을 미치는 변인은 물질주의 가치관(β=-.15)과 이상주의(β=.09)로 나타났다. 조사대상 대학생의 물질주의 가치관이 낮고 이상주의 성향이 높을수록 상거래에서 속이지 않는 윤리적

<표 9> 상거래에서의 윤리적 소비에 대한 중회귀분석

독립변인	상거래 윤리		속임		손상		오용		불법		전체	
	b	β	b	β	b	β	b	β	b	β	b	β
학년	-.02	-.04	-.02	-.04	-.05	-.06	-.12	-.15***	-.05	-.11**		
성	-.01	-.01	.12	.10**	.05	.03	-.30	-.17***	-.03	-.03		
종교	.09	.06	-.03	-.03	-.10	-.07	.09	.06	.01	.02		
월용돈액	.00	.02	-.00	-.04	-.00	-.03	.00	.04	.00	.00		
소비교육경험	.01	.03	.01	.04	-.01	-.02	-.02	-.04	.00	.00		
관련매체접촉	-.00	-.01	.01	.06	.00	.00	-.00	-.01	.00	.01		
물질주의	-.20	-.15***	-.10	-.09*	-.26	-.19***	-.22	-.13***	-.20	-.21***		
사회적 책임의식	.11	.07	.16	.13**	.20	.13**	.04	.02	.13	.13**		
이상주의	.12	.09*	.13	.11**	.15	.11**	.06	.03	.12	.12**		
Intercept		3.33		3.72		3.35		3.67		3.50		
R2(Adj R2)		.05(.04)		.07(.06)		.09(.08)		.07(.06)		.11(.10)		
F-Value		3.93***		5.70***		7.17***		5.54***		8.72***		
D-W		1.88		1.88		2.01		1.86		1.88		

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

소비 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 회귀모델의 독립변인들은 '숙입'의 5%를 설명하였다.

'손상'에 유의한 영향을 미치는 변인은 사회적 책임의식( $\beta = .13$ ), 이상주의( $\beta = .11$ ), 성별( $\beta = .10$ ), 물질주의( $\beta = -.09$ )로 나타났다. 즉 대학생의 사회적 책임의식이 높고, 이상주의 성향이 높고, 남학생인 경우, 물질주의의 가치관이 낮을수록 상거래에서 상품과 서비스를 손상시키지 않는 윤리적 소비 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 '손상'의 7%를 설명하였다.

'오용'에 유의한 영향을 미치는 변인은 물질주의( $\beta = -.19$ ), 사회적 책임의식( $\beta = .13$ ), 이상주의( $\beta = .11$ )로 나타났다. 즉 대학생의 물질주의의 가치관이 낮고, 사회적 책임의식이 높고, 이상주의 성향이 높을수록 상거래에서 상품과 서비스를 오용하지 않는 윤리적 소비 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 '오용'의 9%를 설명하였다.

'불법'에 유의한 영향을 미치는 변인은 성별( $\beta = .17$ )과 학년( $\beta = .15$ ), 물질주의( $\beta = -.13$ )로 나타났다. 즉 여자 대학생인 경우, 학년이 낮을수록 물질주의의 가치관이 낮을수록 상거래에서 불법적인 행위를 하지 않는 윤리적 소비 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 '불법'의 7%를 설명하였다.

전체 상거래에서의 윤리적 소비에 가장 큰 영향을 미치는 변인은 물질주의( $\beta = .21$ )였으며, 그 다음은 사회적 책임의식( $\beta = .13$ ), 이상주의( $\beta = .12$ ), 학년( $\beta = .11$ ) 순으로 나타났다. 즉 대학생의 물질주의의 가치관이 낮을수록 사회적 책임의식이 높을수록 이상주의 성향이 높을수록 학년은 낮을수록 상거래에서의 윤리적 소비 행동 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 전체 상거래에서의 윤리적 소비를 11% 설명하였다.

앞의 분산분석결과<표 6>에서 종교는 '숙입'과 '불법'에 유의한 차이를 보이는 변인이었지만 상거래에서의 윤리적 소비에 영향을 미치는 사회심리적 변인을 통제한 회귀분석에서는

그 영향력이 발견되지 않았다.

2) 동시대 인류를 위한 윤리적 소비에 영향을 미치는 관련변인

동시대 인류를 위한 윤리적 소비 하위영역 중 '사회적 책임적 소비'에 유의한 영향을 미치는 변인은 윤리적 소비 관련매체 접촉( $\beta = .19$ )과 사회적 책임의식( $\beta = .15$ )으로 나타났다. 즉 윤리적 소비 관련 매체를 보다 많이 접한 대학생일수록 사회적 책임의식이 높을수록 사회의식적 소비 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 회귀모델의 독립변인들은 '사회적 책임적 소비'의 10%를 설명하였다.

'공정무역제품 소비'에 유의한 영향을 미치는 변인은 사회적 책임의식( $\beta = .15$ )과 관련매체 접촉( $\beta = .19$ )으로 나타났다. 즉 사회적 책임의식이 높을수록 윤리적 소비 관련 매체를 보다 많이 접할수록 공정무역제품의 소비 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 '공정무역제품 소비'의 7%를 설명하였다.

'로컬 소비'에 유의한 영향을 미치는 변인은 물질주의의 가치관( $\beta = .19$ )으로 나타났다. 즉 물질주의의 가치관이 낮을수록 로컬 소비 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 '로컬 소비'의 7%를 설명하였다.

'기부와 나눔 소비'에 유의한 영향을 미치는 변인은 사회적 책임의식( $\beta = .19$ ), 윤리적 소비 관련매체 접촉( $\beta = .17$ ), 종교( $\beta = .15$ ), 이상주의( $\beta = -.08$ )로 나타났다. 즉 조사대상 대학생의 사회적 책임의식이 높을수록 윤리적 소비 관련 매체를 보다 많이 접할수록 종교가 있는 경우 이상주의 성향이 낮을수록 기부와 나눔 소비 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 '기부와 나눔 소비'의 11%를 설명하였다.

동시대 인류를 위한 윤리적 소비 '전체'에 유의한 영향을 미치는 변인은 사회적 책임의식( $\beta = .20$ )과 윤리적 소비 관련매체 접촉( $\beta = .20$ ), 종교( $\beta = .08$ ), 물질주의( $\beta = -.08$ )로 나타났다. 즉

<표 10> 동시대 인류를 위한 윤리적 소비에 대한 중회귀분석

독립변인	동시대 윤리적 소비		사회적 책임적 소비		공정무역 소비		로컬 소비		기부와 나눔 소비		전체	
	b	$\beta$	b	$\beta$	b	$\beta$	b	$\beta$	b	$\beta$	b	$\beta$
학년	.04	.07	.03	.04	.02	.03	.02	.03	.02	.03	.03	.06
성	-.06	-.04	.00	.00	.09	.06	-.05	-.03	-.01	-.01	-.01	-.01
종교	.04	.03	.04	.03	-.03	-.02	.20	.15***	.07	.08*	.07	.08*
월용돈액	.00	.01	.00	.02	-.00	-.01	.00	.06	.00	.04	.00	.04
소비교육경험	.01	.02	.01	.02	.00	.01	.02	.06	.01	.04	.01	.04
관련매체접촉	.02	.19***	.02	.13**	.01	.06	.02	.17***	.02	.20***	.02	.20***
물질주의	.06	.05	-.04	-.03	-.27	-.21***	-.05	-.04	-.07	-.08*	-.07	-.08*
사회적 책임의식	.22	.15***	.17	.12**	.11	.08	.28	.19***	.20	.20***	.20	.20***
이상주의	.05	.04	.10	.08	-.02	-.01	-.11	-.08*	.00	.00	.00	.00
Intercept		1.52		1.66		3.09		1.80		1.47		1.47
R2(Adj R2)		.10(.09)		.07(.05)		.07(.05)		.11(.10)		.08(.06)		.08(.06)
F-Value		7.96***		5.08***		5.05***		9.41***		5.96***		5.96***
D-W		1.94		2.05		1.83		1.96		2.02		2.02

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

조사대상 대학생의 사회적 책임의식이 높을수록 윤리적 소비 관련 매체를 보다 많이 접할수록 종교가 있는 경우 물질주의 가치관이 낮을수록 동시대 인류를 위한 윤리적 소비 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 동시대 인류를 위한 윤리적 소비 '전체'의 8%를 설명하였다.

앞의 분산분석 결과 <표 7>에서 학년은 '사회적 책임의식 소비'와 '공정무역제품 소비', '기부와 나눔 소비', '동시대 인류를 위한 윤리적 소비 전체'에 유의한 차이를 보이는 변인이었지만 교육 경험변인과 사회심리적 변인을 통제한 회귀분석에서는 그 영향력이 발견되지 않았다. 성별 역시 분산분석결과 '사회적 책임의식 소비'와 '기부와 나눔 소비'에서는 유의한 차이가 있었으나 회귀분석에서는 영향력이 발견되지 않았다.

3) 미래세대를 위한 윤리적 소비에 영향을 미치는 관련변인

미래세대를 위한 윤리적 소비 하위영역 중 '녹색구매'에 유의한 영향을 미치는 변인은 사회적 책임의식( $\beta=.18$ )과 관련매체 접촉( $\beta=.13$ )으로 나타났다. 즉 사회적 책임의식이 높을수록 윤리적 소비 관련 매체를 보다 많이 접할수록 녹색구매 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 '녹색구매'의 8%를 설명하였다.

'녹색사용'에 유의한 영향을 미치는 변인은 윤리적 소비 관련매체 접촉( $\beta=.17$ )과 물질주의( $\beta=-.15$ ), 사회적 책임의식( $\beta=.10$ )으로 나타났다. 즉 윤리적 소비 관련 매체를 보다 많이 접할수록 물질주의 가치관이 낮을수록 사회적 책임의식이 높을수록 녹색사용 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 '녹색사용'의 9%를 설명하였다.

'녹색처분'에 가장 큰 영향을 미치는 변인은 사회적 책임의식( $\beta=.35$ )으로 나타났다. 그 다음은 이상주의( $\beta=.18$ )였으며, 성별( $\beta=-.10$ ), 소비교육경험( $\beta=.09$ ), 관련매체 접촉( $\beta=.08$ ), 월용

돈액( $\beta=-.08$ )도 유의한 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 즉 사회적 책임의식이 높을수록 이상주의 성향이 높을수록 여대생인 경우 소비교육경험이 많을수록 윤리적 소비 관련 매체를 보다 많이 접할수록 월용돈액이 적을수록 녹색처분 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 '녹색처분'의 27%를 설명하였다.

'절제와 간소한 삶'에 가장 큰 영향을 미치는 변인은 사회적 책임의식( $\beta=.21$ )으로 나타났다. 그 다음은 이상주의( $\beta=.14$ )였으며, 월용돈액( $\beta=-.12$ )과 관련매체 접촉( $\beta=.11$ )도 유의한 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 즉 사회적 책임의식이 높을수록 이상주의 성향이 높을수록 월용돈액이 적을수록 윤리적 소비 관련 매체를 보다 많이 접할수록 절제와 간소한 삶 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 '절제와 간소한 삶'의 15%를 설명하였다.

미래세대를 위한 윤리적 소비 '전체'에 가장 큰 영향을 미치는 변인은 사회적 책임의식( $\beta=.29$ )으로 나타났다. 그 다음은 관련매체 접촉( $\beta=.11$ )이었으며, 이상주의( $\beta=.10$ ), 월용돈액( $\beta=-.09$ ), 소비교육경험( $\beta=.08$ ), 물질주의( $\beta=-.08$ )도 유의한 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 즉 사회적 책임의식이 높을수록 윤리적 소비 관련 매체를 보다 많이 접할수록 이상주의 성향이 높을수록 월용돈액이 적을수록 소비교육경험이 많을수록 물질주의 가치관이 낮을수록 미래세대를 위한 윤리적 소비 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 독립변인들은 미래세대를 위한 윤리적 소비 '전체'의 23%를 설명하였다.

앞의 분산분석 결과 <표 8>에서 학년은 '녹색처분'과 '미래세대를 위한 윤리적 소비 전체'에 유의한 차이를 보이는 변인이었지만 교육경험변인과 사회심리적 변인을 통제한 회귀분석에서는 그 영향력이 발견되지 않았다.

<표 11> 미래세대를 위한 윤리적 소비에 대한 중회귀분석

독립변인	미래세대 윤리적 소비		녹색구매		녹색사용		녹색처분		절제와 간소한삶		전체	
	b	$\beta$	b	$\beta$	b	$\beta$	b	$\beta$	b	$\beta$	b	$\beta$
학년	.02	.03	.03	.04	.01	.02	.03	.04	.03	.04	.02	.04
성	.04	.03	.00	.00	-.14	-.10**	.07	.04	-.01	-.01	-.01	-.01
종교	.03	.02	.05	.04	.02	.02	.06	.04	.04	.04	.04	.04
월용돈액	.00	.00	-.00	.07	-.00	-.08*	-.01	-.12***	-.00	-.09**	-.00	-.09**
소비교육경험	.01	.04	.02	.07	.03	.09**	.01	.03	.02	.08*	.02	.08*
관련매체접촉	.02	.13**	.01	.17***	.01	.08*	.02	.11**	.02	.17***	.02	.17***
물질주의	.00	.00	-.20	-.15***	-.01	-.01	-.09	-.06	-.07	-.08*	-.07	-.08*
사회적 책임의식	.26	.18***	.15	.10**	.49	.35***	.33	.21***	.31	.29***	.31	.29***
이상주의	.05	.04	-.08	-.06	.23	.18***	.21	.14***	.10	.10**	.10	.10**
Intercept	1.47		2.99		1.09		1.77		1.83		1.83	
R2(Adj R2)	.08(.06)		.09(.08)		.27(.26)		.15(.14)		.23(.22)		.23(.22)	
F-Value	5.96***		7.32***		27.04***		12.88***		21.18***		21.18***	
D-W	2.02		2.08		2.02		2.01		2.04		2.04	

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

## V. 결론 및 제언

이 연구의 결과를 바탕으로 다음과 같은 결론과 제언을 내릴 수 있다.

첫째, 대학생소비자의 윤리적 소비행동 수준은 중간점수 내외로 높지 않았다. 상거래에서의 윤리적 소비가 중간점수보다 약간 높아 상대적으로 높은 경향을 보였고, 미래세대를 위한 윤리적 소비는 중간점수 수준을, 동시대 인류를 위한 윤리적 소비는 중간점수보다 낮은 경향을 보였다. 대학생은 일상생활에서 상거래를 흔하게 경험하고 상거래 과정에서 윤리적 소비에 대한 인식을 할 기회가 많기 때문에 상거래에서의 윤리적 행동 수준이 높은 반면 공정무역제품 소비자나 코걸소비, 기부와 나눔 소비와 같은 동시대 인류를 위한 윤리적 소비는 경험이 많지 않고, 이들 소비는 비교적 높은 비용이 수반되므로 가처분 소득 수준이 낮은 대학생들의 동시대 인류를 위한 윤리적 소비 행동 수준이 낮게 나타난 것이라 추측해 볼 수 있다. 따라서 대학생들의 윤리적 소비행동 수준을 높이기 위해서는 왜 노동력을 착취하는 제품을 구매해서는 안되는지, 왜 제품과 지역 내에서 생산된 농산물을 구매해야 하는지, 개인의 욕망만을 채우기 위한 소비가 아닌 나보다 어려운 이웃을 생각하는 기부와 나눔 소비를 실천하는 의미가 무엇인지를 생각하는 대학생 스스로의 노력이 요구되며, 이를 통해 더불어 살아가는 이웃과 연대감을 갖고 윤리적 소비를 실천하도록 노력해야 할 것이다.

둘째, 상거래에서의 윤리적 소비 하위영역 가운데 상품을 손상시키는 '손상' 부분의 윤리수준은 가장 높는데 비해 '불법'의 윤리적 소비 수준은 가장 낮았다. 우리 사회에서 소프트웨어나 교재 등의 복사 및 복제, 짝퉁(모조) 상품 구매는 명백한 범죄행위이지만 아직까지 사회화 된 불법으로 이를 용인하고 묵인하는 경향이 있기 때문에 보다 강력한 법적 제재와 사회 캠페인을 통해 이러한 사회화된 불법에 대한 인식을 개선하고, 불법적인 상거래하려는 근절시키려는 노력이 요구된다.

셋째, 녹색소비과정에서 대학생들의 '녹색처분'에 대한 윤리적 소비 수준은 높은 반면 녹색제품의 구매와 사용에 대한 윤리적 소비 수준은 낮았다. 지난 수년 동안 공익광고 활동과 지자체 등의 노력으로 쓰레기 분리수거 같은 녹색처분에 대한 환경과 분위기는 형성되었으나 효율성과 편의성을 추구하는 사회적 분위기와 대학생의 낮은 소득은 녹색구매와 사용에 대한 분위기 형성을 어렵게 하였다. 따라서 대학생의 녹색구매와 사용에 대한 윤리적 소비행동 수준을 높이기 위해서는 지자체의 지원 및 기업들의 노력을 통해 녹색제품에 대한 비용을 낮추어 제품 가격을 현실화 하고, 녹색제품을 사용하는 것이 '사회와 환경에 이로운 일을 하는 행동'으로 여겨질 수 있는 분위기를 만들어 나가야 할 것이다.

넷째, 상거래에서의 윤리적 소비에 가장 큰 영향을 미치는

변인은 물질주의 가치관으로 물질주의 가치관이 낮을수록 상거래에서의 윤리적 소비 행동 수준이 높았다. 다음으로 영향을 미치는 변인은 이상주의와 사회적 책임의식으로 이상주의 성향이 높고 사회적 책임의식이 높을수록 상거래에서의 윤리적 소비 수준이 높았다. 사회심리적 변인은 상거래에서의 윤리적 소비를 예측하는데 중요한 변인군인 반면 교육경험변인은 유의한 영향을 미치는 변인이 아니었으며 인구통계학적 변인은 학년과 성별이 부분적으로 영향을 미쳐 윤리적 소비에 있어 사회심리적 변인이 매우 강력한 설명변인임을 보여주었다.

다섯째, 동시대 인류를 위한 윤리적 소비에 가장 큰 영향을 미치는 변인은 사회적 책임의식과 윤리적 소비 관련매체 접촉 빈도였다. 사회적 책임의식이 높을수록, 윤리적 소비 관련 매체를 보다 많이 접할수록 동시대 인류를 위한 윤리적 소비행동 수준이 높았다. 물질주의 가치관과 이상주의도 부분적으로 영향을 미치는 변인이어서 물질주의 가치가 낮을수록 이상주의 성향이 높을수록 동시대 인류를 위한 윤리적 소비행동 수준이 높았다. 교육경험변인은 관련매체 접촉변인만이 영향력 있는 변인이었고, 인구통계학적 변인은 분산분석에서는 학년과 성별, 용돈, 종교 등이 유의한 변인이었으나 회귀분석에서는 종교만이 유의한 영향을 미치는 변인이어서 종교가 있는 대학생의 동시대 인류를 위한 윤리적 소비 수준이 높았다.

여섯째, 미래세대를 위한 윤리적 소비에 가장 큰 영향을 미치는 변인은 사회적 책임의식과 윤리적 소비관련 매체 접촉 빈도로 사회적 책임의식이 높을수록 윤리적 소비 관련 매체를 보다 많이 접할수록 미래세대를 위한 윤리적 소비 수준이 높았다. 그 다음으로 영향을 미치는 변인은 이상주의와 물질주의 가치관으로 이상주의 성향이 높을수록 물질주의 가치관이 낮을수록 미래세대를 위한 윤리적 소비 수준이 높았다. 인구통계학적 변인은 분산분석에서는 학년과 성별, 용돈 등이 유의한 변인이었으나 회귀분석에서는 성별과 용돈만이 부분적으로 유의한 영향을 미치는 변인이어서 남학생이, 용돈이 적을수록 미래세대를 위한 윤리적 소비 수준이 높았다. 이러한 경향은 동시대 인류를 위한 윤리적 소비 결과와 거의 유사하다. 이 두 윤리적 소비의 상관성이 매우 높았던 반면 상거래 윤리와의 상관성이 거의 없었던 결과까지 고려해 보면 후속연구에서 이들 세 윤리적 소비 차원의 구조를 파악하는 것도 흥미로운 것이다.

일곱째, 윤리적 소비에 대한 인구통계학적 변인의 영향력은 비교적 적었으나 인구통계학적 변인에 따른 윤리적 소비의 차이를 분석한 분산분석에서 어머니의 학력 결과는 특이하다. 어머니의 학력이 고졸인 학생이 중졸 이하이거나 대졸 이상인 학생에 비해 동시대 인류를 위한 윤리적 소비와 미래 세대에 윤리적 소비 수준이 높아서 고졸 어머니의 사회의식이 높아 자녀에게 전달되는 것을 추측해 볼 수 있었다.

여덟째, 윤리적 소비에 대한 사회심리학적 변인의 영향력은 매우 높았다. 이를 통해 사회심리적 변인이 상거래에 대한 윤리



적 소비, 동시대 인류를 위한 윤리적 소비, 미래세대를 위한 윤리적 소비에서 매우 중요한 예측변인군임을 알 수 있다. 따라서 대학생들의 윤리적 소비를 위해서는 어려서부터 물질주의 가치를 지양하고, 사회적 책임의식과 이상주의에 대한 올바른 가치를 함양할 수 있도록 가정 내 부모가 올바른 가치관을 갖고 윤리적 소비행동의 본보기가 되어야 하며, 가정 내 가치관 교육이 선행되어야 하겠다.

다시 정리하면, 윤리적 소비에서 물질주의와 사회적 책임의식, 이상주의, 윤리적 소비 관련 매체 접촉 및 소비교육경험, 종교, 월용돈액 등이 중요한 영향변인으로 밝혀졌다. 그러나 시장경제체제 속에서 우리사회는 물질만능주의에 물들어 있으며, 사회적 책임보다 개인의 권리와 이익을 중시하는 분위기, 어떤 잘못된 방법을 사용하더라도 결과가 좋으면 그만이라는 식의 삶의 태도와 가치가 만연해 있다. 이러한 가치를 지닌 소비자들이 올바른 윤리적 소비 가치관을 지니고 생활하기란 사실 쉽지 않다. 따라서 올바른 소비가치관을 함양하고 소비자들의 윤리 수준을 높이기 위해서는 다음의 노력들이 뒤따라야 할 것이다.

첫째, 소비자 개인은 자본시장의 주체로서 자신의 소비가 사회에 미치는 영향을 고려하여 올바른 소비 원칙을 설정하고, 바람직한 윤리적 소비를 함양할 수 있도록 사회적 책임을 다하는데 스스로 힘써야 한다.

둘째, 부모는 자녀에게 너무 많은 자원을 제공해 주기 보다는 적은 자원으로도 효율적이고 합리적인 소비생활을 할 수 있도록 가정 내 소비지도 및 관련 매체를 이용한 소비생활 교육에 힘써야 한다.

셋째, 학교는 윤리교육을 통해 사회적 책임의식을 함양할 수 있는 밑바탕을 마련하고, 소비생활 및 윤리적 소비에 관련된 교육 프로그램을 개발하여 학생들의 바람직한 소비가치관 형성 및 소비생활 교육에 힘써야 한다.

넷째, 소비자단체는 광고와 같은 대중매체를 통해 물질주의를 조장하는 기업을 제재하여야 하며, 윤리적 소비 관련 매체들을 제재하여 대학생 소비자들의 윤리적 소비 관련 매체에의 접근성을 높여야 한다.

이 연구의 제한점과 이를 바탕으로 후속 연구를 위하여 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 이 연구는 조사대상자를 광주광역시에 소재한 대학교 4곳의 학생으로 하였다. 따라서 우리나라 전체 대학생을 대상으로 한 연구로 확대 해석하기에는 무리가 따르므로 향후 연구에서는 표집대상을 전국적으로 확대한다면 보다 일반적이고 정확한 결과를 도출할 수 있을 것이다.

둘째, 이 연구는 후기청소년기에 속하는 대학생만을 대상으로 하였으므로 청소년 하위단계에 따른 차이와 특성을 파악하지 못하였다. 후속연구에서 조사대상 청소년의 범위를 넓힌다

면 보다 폭넓고 세분화된 결과를 얻을 수 있을 것이다.

셋째, 윤리적 소비에 영향을 미치는 변인을 인구통계학적 변인, 교육경험변인, 사회심리적 변인으로 한정지음으로써 연구결과를 제한하였다. 개인적변인 및 심리적변인 외에도 소비자사회화 변인 등이 영향을 미칠 수 있으므로 향후 연구에서는 이들 변인을 포함시켜 보다 체계적인 연구를 수행해야 할 것이다.

넷째, 윤리적 소비, 사회적 책임의식, 물질주의, 이상주의와 같은 가치 관련 주제는 연구대상에 따라 민감하게 여기는 주제일 수 있으며, 주어지는 상황에 따라 결과가 전혀 다르게 도출될 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 연구방법을 양적 연구방법으로 한정짓기 보다는 질적 연구방법을 병행하여 사용하여 보다 심도 있는 연구결과를 도출하도록 해야 할 것이다.

다섯째, 이 연구에서 설정한 '절제와 간소화' 변인은 가정자원의 부족으로 인한 절제와 간소화가 아닌 자발적 절제와 간소화를 뜻하나 조사 결과 가계소득과 용돈이 가장 적은 집단의 절제와 간소한 삶의 수준이 높게 나타났다. 이는 측정에서 발생한 문제로서 연구의도와는 다른 측정으로 인한 결과일 것이다. 이 점을 고려하여 보다 정교한 측정이 요구된다.

【참 고 문 헌】

곽인숙 · 이경희 · 홍성희(2003). 도시주부의 환경친화적 행동과 영향요인에 관한 연구. *대한가정학회지* 41(12), 169-186.

권정호(2007). 사회적 책임성을 중심으로 한 소비자 윤리 구축방안. *윤리연구*, 64, 82-102.

김성교 · 채정현(2003). 중학생의 가정과교사 특성지각과 가정과 수업을 통한 인성적 도덕성. *대한가정학회지*, 41(10), 57-73.

김시월(2003). 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동에 관한 연구. *대한가정학회지* 41(6), 105-117.

김용자(2004). 청소년의 건전소비 실태와 영향요인 분석. *경제교육연구*, 11(1), 221-250.

김재현(2009). 착한소비자의 윤리적 소비행동에 영향 미치는 요인에 관한 질적 연구. 연세대학교 석사학위논문.

김정훈(2004). 소비자 특성에 따른 소비자 비윤리 행동. *한국생활과학회지*, 13(3), 417-423.

김정훈 · 이은희(2003). 소비자 비윤리 유형과 판매자와의 상호작용 유형의 관계 - 전라북도 소비자를 중심으로. *대한가정학회지*, 41(5), 165-178.

김효정(2006). 소비자 특성에 따른 소비자 비윤리 행동. *한국생활과학회지*, 13(3), 417-423.

나종연(2003). 소비자학적 관점에서 본 사회적 책임. *한국소비자학회 2003 추계학술대회 발표논문집*, 9-20.

- 박운아(1997). **기혼여성의 환경친화적 소비자행동**. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 박미혜 · 강이주(2009). **윤리적 소비의 개념 및 실태에 대한 고찰**. *한국생활과학회지*, 18(5), 1047-1062.
- 송인숙 · 제미경(2006). **기혼 여성의 물질주의 성향과 비윤리적 상거래행동**. *소비문화연구*, 9(3), 185-206.
- 송인숙(2005). **소비윤리의 내용과 차원정립을 위한 연구**. *소비자학연구*, 16(2), 37-55.
- 신상현(2000). **청소년 소비자들의 상거래 윤리에 관한 연구**. *소비자학연구*, 11(3), 153-168.
- 신초영(2004). **패션업체의 기업윤리와 소비자윤리에 관한 연구**. 성신여자대학교 박사학위논문.
- 유두련 · 심미영(1998). **환경문제에 대한 사회책임적 소비자 태도와 행동의 일관성에 관한 연구**. *한국가정관리학회지* 16(3), 123-140.
- 이기춘(2000). **소비자교육의 이론과 실제**. 교문사.
- 이기춘(1991). **과소비문제와 소비윤리**. *대한가정학회 44차 학술대회 발표자료집*, *대한가정학회*, 29(4), 230-242.
- 이승희 · 노유나(2007). **패션 소비윤리에 영향을 미치는 변인에 관한 연구**. *한국의류학회지*, 31(1), 141-150.
- 이재울(1997). **기독교 소비윤리에 관한 소고**. *신앙과 학문*, 6(1), 51-73.
- 이정전(1995). **지속가능한 소비와 쓰레기 종량제**. *한국도시연구* 1(1), 151-163.
- 임은아(2005). **물질주의성향과 과소비성향에 따른 유명패션브랜드 선호도와 구매행동: 대학생소비자를 중심으로**. 조선대학교 석사학위논문.
- 제미경 · Robert O.W.(2007). **한국대학생과 미국대학생의 상거래 소비자 비윤리 영향요인 비교분석**. *소비자정책교육연구*, 3(2), 83-99.
- 제미경 · 서정희 · 김영옥(2004). **대학생의 소비자 비윤리 지각과 행동 및 관련 변수 - 김해시 대학생소비자를 중심으로**. *한국생활과학회지*, 13(6), 891-901
- 채정숙 · 유두련 · 김정희(2004). **정보사회의 소비자 시장**. 신정.
- 천경희 · 홍연금 · 윤명애 · 송인숙(2010). **착한소비 윤리적 소비**. 시그마프레스.
- 한겨레신문(2009. 03. 04). **윤리적 소비의 힘, 착하고 튼튼한 경제를 만든다**. 한겨레신문사.
- 한겨레경제연구소(2009). **건강에서 환경, 이젠 사회로...진화하는 '착한 소비'**. <http://www.hani.co.kr>
- 허경옥(2005). **구매, 사용, 처분단계에서 소비자의 환경보전 행동 결정요인 분석**. *한국생활과학회지*, 14(1), 81-94.
- 허경옥(2000). **정보사회와 소비자**. 교문사.
- 홍연금 · 송인숙(2010). **우리나라 윤리적 소비자에 대한 사례 연구, 소비문화연구**, 13(2), 1-25.
- 홍연금(2009). **우리나라 윤리적 소비자에 대한 사례연구**. 카톨릭대학교 박사학위 논문.
- Autio, M.(2005). *The Morality of Spending in Finnish Youth Consumer Culture*. *International Journal of Consumer Studies*, 29(4), 332-341.
- Barnett, T., Bass, K., Brown, G. & Hebert, F.J.(1998). *Ethical ideology and ethical judgments of marketing professionals*. *Journal of Business Ethics*, 17, 715-723.
- Berkowitz, L. & Lutterman, K.(1968). *The traditionally socially responsible personality*. *Public Opinion Quarterly*, 32, 169-185.
- Coline Hines(2000). *Localization: A global manifesto*. London: Earthscan.
- Cowe, R. & Williams, S.(2001). *Who are the Ethical Consumers?*. Co-operative Bank/Mori Survey, Co-operative Bank, London.
- Clark, D. & Unterberger, R.(2007). *The Rough Guide to Shopping with a Conscience*, Rough Guides.
- Dijksterhuis, A., Smith, P.K., Baaren, R. & Wigboldus, D.H.J.(2005). *The Unconscious Consumer: Effects of Environment on Consumer Behavior*. *Journal of Consumer Psychology*, 15(3), 193-202.
- Dodge, H.R.(1996). *Consumer Transgressions in the Marketplace: Consumers' Perspectives*, Psychology on Marketing.
- Drucker, P.(1984). *The new meaning of corporate social responsibility*. *California Management Review*, 26, 53 - 63.
- Erfmeyer, R.C., Keillor, B.D. & LeClair, D.T.(1999). *An empirical investigation of japanese consumer ethics*. *Journal of Business Ethics*, 18, 35-50.
- Forsyth, D.R.(1992). *Judging the Morality of Business Practices - The Influence of Personal Moral Philosophies*. *Journal of Business Ethics*, 11, 461-470.
- Forsyth, D.R.(1980). *A Taxonomy of Ethical Ideologies*. *Journal of Personality & Social Psychology*, 39(1), 175-184.
- Fullerton, S., Kerch, K.B. & Dodge, H.R.(1996). *Consumer ethics: An assessment of individual behavior in the market place*. *Journal of Business Ethics*, 15, 805-814.
- Haron, S.A., Paim, L. & Yahaya, N.(2005). *Towards Sustainable Consumption: An Examination of Environment Knowledge among Malaysians*. *International Journal of Consumer Studies*, 29(5), 426-436.
- Harrison, R., Newholm, T. & Shaw, D.(2005). *The Ethical Consumer*. Sage Publications.

- Holt, D.B.(1995). *How consumers Consume: A Typology of Consumption Practices*. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 1-16.
- Jones, T.M. & Gautschi, F.H.(1988). *Will the Ethics of Business Change? A survey of Future Executives*. *Journal of Business Ethics*, 7(4), 231-248.
- Kenney, E.J. & Lawton, L.(1998). *Religiousness and business ethics*. *Journal of Business Ethics*, 17, 163-175.
- Lee, D.J. & Sirgy, M.J.(1999). *The effect of moral philosophy and ethnocentrism on quality-of-Life orientation in international marketing: A cross-cultural comparison*. *Journal of Business Ethics*, 18, 73-89.
- Maslow, A.(1987). *Motivation and Personality*, NewYork: Harper & Row.
- McGregor, S.(2005). *Sustainable Consumer Empowerment through Critical Consumer Education: A Typology of Consumer Education Approaches*. *International Journal of Consumer Studies*, 29(5), 437-447.
- Mukerji, C.(1983). *From Graven Images: Pattern of Modern Materialism*, New York:Colombia University Press.
- Muncy, J.A. & Eastman, J.K.(1998). *Materialism and Consumer Ethics: An Exploratory Study*. *Journal of Business Ethics*, 17, 137-145.
- Muncy, J.A. & Vitell, S.J.(1992). *Consumer ethics: An investigation of the ethical beliefs of the final consumer*. *Journal of Business Research*, 18(2), 188-209.
- Pratt, C.B.(1991). *PRSA Members' perceptions of public relations ethics*. *Public Relations Review*, 17, 145-159.
- Rawwas, M.Y.A., Patzer, G.L. & Vitell, S.J.(1998). *A Cross Cultural Investigation of the Ethical Values of Consumers: The Potential Effect of War and Civil Disruption*. *Journal of Business Ethics*, 17, 435-448.
- Richins, M.L. & Dawson, S.(1992). *A Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation*. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303-316.
- Ruegger, D. & King, E.W.(1992). *A Study of the Effect of Age and Gender Upon Student Business Ethics*. *Journal of Business Ethics*, 11(3), 179-186.
- The Cooperative Bank(2007). *The Ethical Consumerism Report 2007*. <http://www.ethicalconsumer.org>
- Tucker, L.R., Dolich, J.I. & Wilson, D.(1981). *Profiling environment responsible consumer-citizens*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 9(Fall), 454-487.
- Vitell, S.J., Festervand, T., Lumpkin, J.R. & Rawwas, M.(1991). *Consumer ethics: An investigation of the ethical beliefs of elderly consumer*. *Journal of Business Ethics*, 10, 365-375.

- 접수 일 : 2010년 07월 15일
- 심사 일 : 2010년 08월 15일
- 심사완료일 : 2010년 10월 07일