

친환경소비행동 집단 간 내적동기, 외적동기와 환경지식에 관한 연구*

A Study of Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation and Environmental Knowledge in the Eco-Friendly Consumption Behavior between Groups

대구가톨릭대학교 생활복지주거학과

교 수 유 두 련**

영남대학교 가족주거학과

외래교수 김 년 희***

Dept. of Family Life Welfare and Housing, Catholic Univ. of Daegu

Professor : You, Doo-Ryon

Dept. of Family and Housing Studies, Yeungnam Univ.

Adjunct Professor : Kim, Yeon-Hee

<Abstract>

The major findings are(were) as follows: 1) The Eco-friendly consumption behavior was divided into three(3) clusters, namely "The Middle Group" of eco-friendly consumption behavior(cluster I), "The Inferior group" of eco-friendly consumption behavior(cluster II), and "The Excellent Group" of eco-friendly consumption behavior(cluster III). 2) The differences in the general characteristics among the three clusters were founded on the experience of green consumption information and sources of information. 3) The characteristics of cluster I(The Middle Group) were(are) found to be eco-conscious, and aware of the consequences of behaviors, green market conditions and environmental issues. This cluster was the middle-average group. The characteristics of cluster III(The Excellent Group) were(are) found to have the willingness to pay additional costs, being aware of the social norms of the reference group, having an awareness of eco-institutional conditions, being knowledgeable about environmental policy, and finally, being personally involved in green consumption behavior. This cluster was the high-average group, whereas cluster II(The Inferior Group) was the low-average group.

▲주요어(Key Words) : 친환경소비행동(eco-friendly consumption behavior), 내적동기(intrinsic motivation), 외적동기(extrinsic motivation), 환경지식(environmental knowledge), 대학생(university students)

* 이 논문은 2012년도 대구가톨릭대학교 교내연구비 지원에 의한 것임

** 주 저 자 : 유두련(E-mail : dryou@cu.ac.kr)

*** 교신저자 : 김년희(E-mail : kykyu@yumail.ac.kr)

I. 서론

산업화의 급속한 진전으로 풍요한 생활을 영위하였으나, 오늘날 환경문제는 무분별한 생산과 소비로 인하여 개인뿐만 아니라 인류의 생존을 위협하는 상황에까지 이르렀다고 평가할 만큼 심각한 수준에 이르고 있다. 이러한 환경문제를 해결하기 위해 소비자들은 환경보호와 보전에 대한 필요성을 지각하게 되었고, 이는 기존의 소비행동과는 다른 환경친화적인 소비행동으로 나타나게 되었다. 우리나라 정부에서도 2010년에 환경오염을 최소화하면서 경제성장을 이루는 새로운 국가발전 패러다임으로 저탄소 녹색성장 실천계획을 수립하였다. 녹색성장은 경제성장과 자연환경 보존을 동시에 추구하는 것이 불가능하다는 기존의 논리에서 벗어나 저탄소화와 녹색산업화가 윈윈하게 결합될 경우 환경보호와 경제성장의 선순환이 가능하다는 보다 적극적인 개념이다. 이와 같은 저탄소 녹색성장은 녹색생산과 친환경소비의 균형발전이 전제되어야 하며, 친환경소비 촉진을 위한 행동변화가 필수적인 요소이다. 즉, 상품과 서비스의 구매 전 과정에서 저탄소 친환경소비로의 전환은 매우 중요한 과제로 등장하였다(Bae, Kim, & Song, 2009).

최근 실시한 소비자 설문조사에 따르면 경기 침체기에도 소비자들의 구매요인 중 환경 친화적인 비중이 증가한 것으로 나타났다(최정은, 2009). 이는 소비자들이 구매결정 시 가격과 품질 만큼 친환경 요소가 핵심 구매요소로 고려될 뿐만 아니라 전 제품군에 걸쳐 친환경 트렌드는 지속될 것이라는 전망을 가능케 하는 것이다. 앞으로 소비자들은 삶의 질이 향상되면서 건강과 환경에 대한 높은 관심을 가지고 좀 더 친환경적 소비행동을 보일 것이며, 상당히 많은 소비자들이 소비행태 변화를 통해 환경에 긍정적인 기여를 하고자 노력할 것이다.

그동안 환경문제의 심각성과 중요성이 사회문제로 부각됨에 따라 소비행동이 환경에 미치는 영향에 대한 관심이 증가하였으며, 이에 대한 연구가 활발하게 진행되어 왔다. 친환경소비행동은 환경의식적 소비행동, 자원보전행동, 사회적 책임, 환경에 대한 책임이라 하여 포괄적으로 측정되기도 하고, 에너지절약, 환경상품구매, 리필제품 이용, 분리수거행동, 재활용행동, 쓰레기 처리행동 등과 같이 구체적인 행동의 형태로 분석되어 왔다. 그 결과를 종합해 보면 친환경행동은 환경에 대한 개인적 선호의 표현으로 행동에 대한 신념, 가치, 평가와 같은 개인 내부적 판단과 주변 환경으로부터 주어진 외부의 판단 기준에 따라 영향을 받는 것으로 분석되고 있다(Yi, 2009). 이러한 친환경소비자행동에 관한 대부분의 연구는 주로 성인과 주부를 대상으로 이루어지고 있다. 오늘날 대학생들은 물질적 풍요 속에서 성장한 세대로

소비를 확대하는 주도적인 연령층으로 부상하고 있다. 대학생 시기는 소비에 대한 건전한 가치관을 확립하여 친환경적인 소비태도를 형성해야 할 중요한 시기이며, 이 때 이루어진 가치관은 장차 성인이 되었을 때의 소비태도와 행동을 결정하고 미래사회 소비자로 성장하는데 지속적으로 영향을 미치게 되는 중요한 시기이다.

대학생의 소비행태 속에서 파생되는 환경문제로서 첫째, 컴퓨터 통신과 정보통신기기는 그들의 생활에서 매우 중요한 영역이 되었으며, 그에 따른 엄청난 에너지소비계층이 되었다. 둘째, 대학생이 즐기는 인스턴트식품이나 패스트푸드는 과다한 쓰레기 발생을 유발하고 있으며 셋째, 가방과 의류 등 외국제품을 소유하고 있는 대학생의 소비경향은 외국에 비싼 로열티를 지불하는 문제 외에 먼 거리를 수송하기 위한 에너지사용으로 자원을 더 많이 소모시키고 있다. 넷째, 제품의 스타일이나 디자인을 중시하는 대학생의 소비풍조는 유행의 속도를 가속화시키고 제품의 사용수명을 단축시켜 자원을 과다 사용하게 하는 원인이 되고 있다. 뿐만 아니라 과시적 소비경향, 신상품에 대한 관심과 충동구매경향 등은 과잉소비를 유발하여 과다한 자원사용으로 인한 자원고갈 문제와 사용 후 폐기물 과다 발생으로 인한 환경문제를 일으키고 있다(Kim, 2005).

지속가능한 소비사회를 실현하기 위해 친환경소비행동 실천은 매우 중요하다. 특히 환경문제를 유발시키는 사회문화적 생활여건에 노출되어 있는 대학생소비자를 대상으로 그들의 친환경소비행동 현황을 파악해봄으로써 친환경소비행동을 활성화 하는데 효율적인 방안을 마련할 수 있을 것이다.

이에 본 연구는 대학생들을 대상으로 하여 그들의 친환경소비행동 특성을 유형화 하고, 각 유형에 있어서 인구사회적 특성, 내적동기 관련 변인, 외적동기 관련 변인, 환경지식 등에 있어서 어떠한 차이가 있는가를 고찰해 보고자 한다. 친환경소비행동 수준이 서로 다른 집단특성을 설명하는데 유의한 변인을 밝혀내고, 이들의 친환경소비행동 활성화를 도모하기 위한 방안을 제시하는데 연구목적을 두고 있다. 본 연구는 지금까지 주로 성인을 대상으로 이루어지고 있는 연구에 비하여 대학생의 친환경소비행동 현실을 체계적으로 설명하는데 그 의의를 찾아볼 수 있다. 특히 대학생의 친환경소비행동 수준이 높은 집단과 낮은 집단의 관련 변인들을 비교해 봄으로써, 친환경소비행동 개선을 도모하기 위한 시사점을 도출해 내고, 이를 바탕으로 정책적 방안을 제시해 보고자 한다. 본 연구결과는 미래 사회를 이끌어 갈 대학생들에게 올바른 친환경의식을 고취시키고, 환경친화적 소비문화가 정착될 수 있도록 하는데 유용한 기초자료를 제공하며, 궁극적으로는 지속가능한 사회발전에 기여할 수 있을 것이다.

II. 이론적 고찰

1. 친환경소비자행동 개념 및 선행연구

친환경소비란 지금까지 환경의식적 소비 또는 생태의식적 소비, 사회책임적 소비 등과 유사한 개념으로서 환경보호를 위한 소비행동 특성을 의미하고 있으며, 경제성과와는 상반된 개념으로 인식되었다. 그러나 지속가능한 소비의 개념이 등장하면서, 이는 환경파괴는 최소화 시키면서 경제·사회·환경적으로 지속가능한 방법으로 제품과 서비스에 대한 수요를 충족시키는 소비를 의미하는 것으로 사용되고 있다. 따라서 환경보호를 염두에 두는 환경적 측면만을 의미하던 친환경소비는 지속가능한 소비라는 시대적 요구에 따라 환경에 미치는 영향을 최소화 하면서 지속가능한 발전을 가능하게 하는 소비생활을 포함하는 의미로 변화되고 있다. 친환경 소비자의 개념에서 중요하게 고려되어야 할 점은 소비자가 자신의 개인적인 욕구나 경제성 때문이 아니라 자신의 소비결과가 사회에 미치는 영향을 고려한다는 점이다. 장홍섭(2004)은 친환경소비자의 특성을 설명함에 있어서 환경상품에 대한 구매성향이 강하며, 친환경적 행동이 사회의 복리증진에 이바지할 수 있다고 하는 소비자의 지각된 효과성이 높은 것으로 설명하고 있다. Karp(1996)의 연구에서도 환경친화적 소비자행동은 기본적으로 다른 행동과는 달리 자기이익을 위한 행동이 아닌 사회전체의 복지에 기여하는 특성이 크지만, 그 중에서 특정 행동들은 다소 자기 이익적일 수 있으므로, 자아초월적인 행동과 자아중심적인 행동으로 구분 가능하다고 보고, 이에 따라 행동유형을 구분하였다. 이것은 환경친화적 소비행동에는 개인적인 욕구 충족에 주로 관심을 두는 행동에서부터 환경이나 전체 사회에 미치는 영향에 주로 관심을 두는 행동까지 자기이익에 대한 추구 정도에 있어 차이가 있을 수 있음을 보여주는 것이다. Min & Rhee(1999)의 연구에서도 환경친화적 소비행동을 연구함에 있어서 개인지향적 차원과 환경지향적 차원으로 구분하여 설명하고 있다. 개인지향적 차원이란 친환경적 소비행동이 자기 자신에게 직접적으로 이득이 된다고 느껴지기 때문에 행동을 하는 경우를 의미하며, 사회지향적 차원이란 사회 전체의 환경문제에 대하여 바람직한 행동이기 때문에 그러한 행동을 하게 되는 것을 말한다.

또한 친환경소비자행동이란 개인적 소비가 타인, 사회, 환경에 미치는 영향을 고려하여 제품과 서비스를 구매·사용·처분하는 행위라고 정의하였다(Jang, 1992; Park, 1997). 제품의 구매에서부터 사용, 폐기에 이르는 모든 과정에서 환경에 영향을 미치기 때문에 자신의 소비가 타인, 사회, 환경에 미치는 영향을 염두에 두고 제품소비를 해야 한다는 것이다.

즉, 구매단계에서는 환경관련 정보를 탐색하며, 환경에 대한 영향을 품질평가의 기준으로 사용하고, 에너지 및 자원절약적 상품, 환경오염을 줄이는 상품, 폐기물을 줄이는 상품 등 환경상품을 구매하는 행동을 의미한다. 사용단계에서는 자신의 편의보다는 타인이나 환경에 미치는 영향을 고려하여 자원이나 에너지를 절약하고, 처분단계에서는 보존지향적이며 분리수거나 자원의 재활용에 적극 참여하는 행동을 가리켜 환경친화적 소비행동이라 정의하였다.

이와 같이 환경문제에 대하여 좀 더 구체적으로 접근하고 있는 연구에서는 환경적으로 책임 있는 행동을 구매, 사용, 폐기의 세 단계로 구분하여 살펴보고 있다(Park & Rhee, 1995). 배순영(2009)은 녹색성장의 견인차로서 녹색생활혁명의 필요성을 제시하고, 녹색생활실천을 위한 관련 제도 및 운동현황을 분석하고 가정의 녹색생활 실천 실태 및 향후 가정이 추구해야 할 실천적 방안과 추진과제를 제시하고 있다. 생활의 녹색혁명은 구매-사용-처분 등 전 과정에서 녹색가치를 의식적으로 실천해야 하며, 녹색가치란 단순히 환경적 측면만을 고려하는 것이 아니고 환경적 지속성, 경제적 효율성, 사회적 건전성을 함께 추구하는 것이라고 강조하고 있다. 이와 같이 친환경소비행동과 관련된 연구에서 소비행동의 범주는 구매, 사용, 처분(폐기)의 세 단계로 구분하여 고찰하고 있다(Park, 1997; Lee, 2003). 또한 Shon et al.(2010)의 연구에서도 친환경소비 실천역량 지표를 구성함에 있어서 친환경소비의 구매, 사용, 처분의 3단계를 모두 포함하여 포괄적이고 일반적인 내용을 반영하고자 하였으며, 또한 친환경소비 실천에는 지역사회에서의 지속가능한 소비를 유도하기 위한 소비자의 선도적인 역량을 포함시키고 있다.

이상의 연구를 바탕으로 하여 친환경소비행동이란 소비생활을 영위함에 있어서 구매·사용·처분의 전 과정에서 친환경소비를 실천하는 행동이며, 또한 친환경소비를 위하여 노력하는 선도행동도 포함하는 것으로 정의하고자 한다(Hwang & Lee, 2010).

2. 친환경소비행동 관련 변수

친환경소비자행동에 관한 지금까지 연구를 살펴보면, 이를 설명함에 있어서 일관성 있는 연구결과는 없으나, 대체적으로 다음의 세 가지 내용을 중심으로 종합해 볼 수 있다. 첫째, 개인적 가치관과 신념, 태도 등을 중심으로 하는 심리적 요인으로서 환경보호에 대한 중요성 인식, 친환경행동에 대한 효과성, 녹색상품 소비에 따른 비용감수에 대한 태도 등과 관련된 내적동기를 들 수 있다(Dunlap & Jones, 2002; Antil, 1984; DeYoung, 1988-1989; Beger & Corbin, 1992; Sim, 1999). 둘째, 사회제도 및 사회적 생활여건과 관련된 것으로서 준거집단과 지역사회의 친환경 소비에 대한 사회적

규범, 관련 상품에 대한 정보와 상품대안의 가능성 유무, 그리고 관련 정책적 제도여부 등을 중심으로 하는 외적동기가 있다(Minton & Rose, 1997; Ajzen, 1991; Ottman, 2006; Ellen, Wiener & Cobb-Walgeen, 1991). 셋째, 환경문제와 환경정책 및 친환경소비 관련 지식 등을 중심으로 하는 환경 관련 지식은 친환경소비행동에 있어서 매우 유의한 영향요인으로 설명되고 있다. 선행연구 결과를 참고로 하여 본 연구에서는 친환경 소비자행동 관련 변인으로서 외적동기, 내적동기 및 환경지식을 중심으로 고찰해 보고자 한다.

1) 내적동기

친환경소비행동에 있어서 내적동기라 함은 친환경소비행동에 영향을 미치는 소비자 개인적 가치관과 신념에 관한 것으로서 본 연구에서 환경보호 중요성에 대한 인식, 친환경행동에 대한 지각된 효과성, 환경상품에 대한 추가비용 지출의사 등을 중심으로 살펴보고자 한다.

(1) 환경보호 중요성 인식

Cheon(1999)은 환경보전의식이란 환경의 질을 향상시키기 위하여 일상생활 중 환경문제를 깊이 인식하고 환경문제를 야기하는 행동을 배제하여 생태적인 생활양식을 선택하여 절약하는 생활을 실천하고 환경을 보전하려는 노력을 기울이는 의식이라고 정의하였다. Dunlap and Jones(2002)은 환경보전의식이란 사람들이 환경문제를 인식하고 해결하려는 노력을 지지하며, 개인적으로 문제에 공헌하려는 의지 정도라고 정의하였다. Kim(2005)의 연구에서도 환경보존에의 참여의식, 자원재활용의식, 자원소비절약 의식 등의 환경친화적 소비의식이 친환경소비행동을 설명하는데 중요한 요인인가를 밝혀보고자 하였다. Min and Rhee(1999)는 친환경적 소비자태도는 환경보존을 위해 바람직한 결과를 가져오는 친환경적 소비행동에 대해 가지는 관심이나 중요성을 인식하는 정도로서 설명하고 있다. 연구결과를 살펴보면, 친환경적 소비태도와 소비행동 간에 불일치가 나타나고 있음을 설명하고 있다. Baun(1995)은 환경보전에 대한 소비자행동을 설명함에 있어서 자신의 소비행위가 환경오염을 유발시킨다는 사실을 인식함과 더불어 자연자원을 보전해야 할 책임의식을 가지고 보다 건전한 소비행동을 함으로써 환경오염이 이루어지지 않도록 제품을 구매·사용해야 할 책임이 있다고 하였다.

Ro, Shin, and Joe(1991)의 연구에서는 여자대학생을 대상으로 소비행동을 조사한 결과, 학년이 높을수록 환경문제를 의식한 소비자행동을 한다고 보고하였다. 친환경소비자 특성에 대한 질적 연구(Choi, Kho, & Joung, 2010)에서 친환경소비자 집단의 환경의식은 그렇지 않은 집단에 비하여 환경문제에 대한 관심과 의식이 높은 것으로 나타났다.

(2) 친환경행동에 대한 지각된 효과성

친환경행동에 대한 지각된 효과성이란 소비자 개인의 친환경소비행동에 대한 노력이 환경문제해결에 도움이 된다고 생각하는 신념의 정도를 의미한다. 관련 연구를 살펴보면, 지각된 소비자효과성과 환경에 대한 관심 및 환경친화적 소비행동 간에 있어서 대부분의 연구에서 정의 상관관계가 있음을 밝히고 있다(Allen, Calantone, & Schewe, 1982; Antil, 1984; DeYoung, 1988-1989; Beger & Corbin, 1992; Sim, 1999). 즉 지각된 소비자 효과성 정도가 높은 소비자들이 환경에 대한 관심 정도가 높으며, 지각된 소비자 효율성 정도가 낮은 소비자에 비해 보다 환경친화적 소비행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 재활용행동 특성을 살펴보고자 하는 You(2002)의 연구에서도 재활용행동 점수가 높은 집단에서 지각된 효과성 점수가 더 높은 것으로 나타나고 있다. 대학생을 대상으로 한 Yoon et al.(2006)의 연구에서도 지각된 소비자 효과성은 환경에 대한 관심을 매개로 하여 환경친화적 소비행동에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(3) 친환경상품에 대한 추가비용 지불의사

친환경소비행동은 일상생활을 통하여 나타나게 되므로 친환경상품의 구매는 친환경소비자 여부에 대한 매우 중요한 결정요소이다. 아직까지 대부분의 친환경상품은 같은 품질의 일반상품에 비하여 상대적으로 가격이 높은 수준이다. 따라서 이러한 추가적 비용지불의사는 마케터입장에서는 마케터전략수립 측면에서 매우 의미가 큰 것이다. 친환경 상품 구입을 위한 추가비용 지불의사와 관련하여 그린마케팅 전략수립을 위한 목적으로 소비자행동을 분석한 김중의·한동녀(1998) 연구를 살펴보면, 소비자들의 그린제품에 대한 선호도에 있어 제품가격이 매우 민감한 영향요인으로 파악되었다. 저편여 그린제품인 경우 품질이 좋다면 가격이 조금 비싸더라도 구매의사가 있고, 고편여 그린제품인 경우 가격이 비싸면 구매할 의도가 낮은 것으로 나타났다. 친환경소비자 특성에 대한 질적 연구(Choi, Kho, & Joung, 2010)에서 친환경소비자 집단은 그렇지 않은 집단에 비하여 환경상품 구매에 있어서 품질이 좋을 경우에는 추가적인 가격을 기꺼이 지불하여 구입하거나 앞으로도 그렇게 할 의사가 있는 것으로 나타났다.

2) 외적동기

친환경소비행동에 있어서 외적동기라 함은 친환경소비행동에 영향을 미치는 소비자 개인의 생활환경적 여건을 의미하는 것으로서 본 연구에서는 이와 관련하여 친환경 소비에 대한 준거집단의 사회적 규범과 친환경상품에 대한 시장정보 및 상품선택 대안의 가능성 정도, 환경정책적 제도 등을 중심으로 살펴보고자 한다.

(1) 준거집단의 사회적 규범

친환경소비에 있어서 사회적 규범이라 함은 준거집단을 포함하여 지역사회가 친환경소비행동을 하기를 기대하는 것이다. Schwarz(1968, 1973)는 사회-심리적 모델을 통하여 환경문제 해결을 위한 소비자행동의 변화는 소비자가치관의 변화가 선행되어야 가능한 것이며, 이는 이타적인 사회규범이 개인적 행동으로 나타나는 과정을 이해함으로써 가능하다고 강조하였다. 친환경소비에 있어서 사회적 규범이라 함은 준거집단을 포함하여 지역사회가 친환경소비행동을 하기를 기대하는 것이다. 그러나 현실적으로 사회적 규범은 개인에게는 각각 다르게 나타나고 있으며, 이는 개인소비자가 처해있는 생활환경이 모두 다르기 때문인 것이다. 즉, 친환경소비 실천을 함에 있어서 녹색상품 관련 정보가 충분히 있는가, 상품선택의 대안이 충분한가, 상품가격이 적정한가, 또는 녹색상품을 구하기가 용이한가 등의 여부는 개인의 친환경소비에 있어서 소비자가치관 형성에 영향을 미치게 되며, 연구결과에 있어서도 친환경소비행동을 실천하는데 영향을 미치는 것으로 나타났다(Kim, 2007; You, Kim & Park 2003; Ajzen, 1991). 준거집단의 친환경소비에 대한 사회적 규범과 관련된 Minton and Rose(1997)의 연구에서도 독립변수로서 사회적 규범은 환경친화적 소비행동과 유의적인 관련성이 있는 것으로 나타났다.

(2) 환경상품 관련 시장여건 및 환경정책적 여건

우리나라 '녹색제품법' 제2조에 따르면, 녹색제품이란 같은 용도의 다른 제품 또는 서비스에 비하여 자원의 절약에 기여하고, 환경오염을 줄일 수 있는 상품을 의미하며, 녹색제품법에 규정하고 있는 녹색제품의 범위는 환경표지, GR (Good Recycled)마크 제품에 한하고 있다. Ottman(2006)은 친환경소비자의 구매결정에 미치는 영향요인을 분석한 결과, 세 가지 구매의사 결정기준이 작용하고 있음을 설명하고 있다. 첫째, 친환경소비자는 소비자에게 제공되는 상품의 재료가 어떻게 생산되고 그것이 어디에서 오는지, 그것의 잠재적인 영향이 환경에 어떤 영향을 미치는지에 관하여 알기를 원하며, 둘째, 친환경소비자는 신뢰할 수 있는 기업을 지지하고 환경오염 유발이 의심되는 기업과 상품에 대해서는 불매운동을 전개하며 셋째, 친환경소비자는 일반소비자와는 동일한 소비패턴을 가지고 있지 않다는 점이다.

정부에서는 환경마크 제품 등의 구매 촉진을 위해 공공과 민간부문에서 다양한 정책들을 추진해 나가고 있다. 우선 공공시장 대상으로는 녹색제품 구매를 의무화하도록 강제하고 있으며, 이의 보완을 위해 공공기관 경영평가 시 녹색제품 구매실적을 반영하여 평가하도록 하고 있다. 더불어 녹색제품 구매를 위해 노력하는 공무원들을 대상으로 포상을 실시하여 녹색제품 구매를 확대하기 위한 유인책으로 활용하고

있다. 민간부문에서는 일반 소비자가 녹색제품이 무엇인지, 어떤 제품들이 있는지에 대한 홍보를 위하여 친환경소비주간을 정하여 유통기관들과 협력하여 캠페인을 실시하고 있다. 녹색구매지원센터에서는 소비자대상 환경교육을 실시하고 있으며, 저탄소 녹색성장 박람회에서는 녹색제품에 대한 전시를 통해 녹색제품에 대한 인지도를 높이기 위해 노력하고 있다. 이런 교육 및 홍보를 통해 녹색제품에 대한 인지도를 높인 후 실제 녹색제품 구매확대를 위해 녹색매장을 지정하여 운영함으로써 녹색제품 판매강화, 인센티브 제공 등을 추진하고 있다. 또한 대중교통 이용, 녹색제품 구매 등 환경친화적인 소비활동을 했을 경우 혜택을 부여하는 그린카드를 발급함으로써 친환경소비를 촉진시키고 있다.

Min and Rhee(1996)의 연구를 살펴보면, 소비자들의 환경규제 방안에 대한 지지도는 상당히 높고, 소비자들은 환경보전을 위해 각종 규제방안이 필요한 것으로 인식하며, 환경의식적 소비자행동과 환경규제 지지도는 정적인 인과효과를 가지는 것으로 나타났다. 또한 안길상 등(1993)의 연구에서도 환경규제에 대한 태도와 쓰레기 분리 배출 및 재활용 행동은 정적인 관련성이 있음을 보여주었다. Ellen, Wiener, and Cobb-Walgeen(1991)의 연구에 의하면 정부규제에 있어서 지각된 소비자효율성이 높은 집단에서 의미 있는 차이가 나타났다. 즉, 높은 환경적 관심을 가지고 소비자의 지각된 효율성이 높은 집단이 정부 규제에 대한 필요성을 높게 지각한다는 것이다. Osterhus(1997)의 연구에서도 정부 환경정책이 강화되고, 관련 홍보, 에너지절약시책, 분리배출시스템이 도입되기 시작하면서 에너지절약프로그램에 대한 사회적 규범이 에너지절약행동에 직접 영향을 미친다는 결과를 보고하고 있다. 김종호와 정형식(1997)도 리사이클링행동에 대한 연구에서 리사이클링 제도는 사회적 규범강화로 영향을 미치며, 결과적으로 리사이클링에 참여하게 된다고 보고하고 있다.

외적동기 관련 변인으로서 친환경소비에 대한 준거집단의 사회적 규범, 환경상품관련 시장여건, 그리고 환경정책 여건 등에 관한 선행연구를 종합해 보면, 친환경소비행동을 활성화 시키는데 상호 밀접한 관련성이 있음을 이해할 수 있다. 에너지절약 정책, 분리배출시스템 등 환경정책의 도입은 소비자들에게는 이에 대한 사회적 규범으로서 형성되고, 사업자들에게는 관련 상품개발을 유도하게 되며, 결과적으로는 친환경적 소비생활을 활성화 하는데 기여하게 되는 것이다.

3) 환경지식

환경지식이란 환경문제 및 관련제도에 대한 지식과 친환경소비를 실천하는데 필요한 구체적인 정보의 인식수준으로 정의할 수 있다(Hwang & Lee, 2010). 이러한 환경지식의 증가는 친환경소비행동에 유의한 영향을 주는 요인으로 설명되고 있다(Jonson & Porrott, 1995; Yoon et al., 2006).

더 나아가 친환경소비 관련 지식들은 그 내용들을 이해하는 정도로서 지식이 아니라 관련 지식들을 보다 구체적으로 알고 있을 때 환경에 대한 책임 있는 행동을 유도할 수 있을 것이라는 것을 설명하고 있다(Antil, 1984). Antil(1984)의 연구를 살펴보면 환경에 대한 지식을 환경문제에 관련된 특정 사실에 대한 지식이나 어떤 행동의 환경친화적 행동인가를 이해하는 정도라 하였으며 생태학, 환경오염, 공해에 관한 보다 구체적인 환경지식은 환경에 대한 책임 있는 행동을 유도할 수 있다고 하였다.

환경지식과 친환경소비행동과의 관련성을 보면 환경문제에 대한 지식이 많은 소비자일수록 그것의 심각성이나 그에 대한 해결방안 또는 재활용방법 등과 같은 구체적인 실행방안을 알고 있기 때문에 친환경소비행동을 할 가능성이 높게 나타났다고 설명하고 있다. Hines, Hungerford, and Tomera(1987) 등은 선행연구들을 살펴본 결과, 환경문제에 대한 원인, 해결방안 등에 관한 문항들로 구성된 환경지식과 친환경소비행동의 상관관계는 비교적 높은 것으로 나타났다. Lepisto(1974)는 환경문제에 대한 관심이 사회책임적 소비자행동의 중요한 예측인자라는 것을 발견하였으며, 환경문제에 대하여 더 정확하게 알고 있을수록 사회지향적 소비자행동이 더 잘 수행될 가능성이 높다고 설명하였다. Marguerat & Cestre(2004)의 연구에 의하면 환경지식 수준이 높을수록 재활용행동은 높게 나타나지만 환경관련 제품구매행동에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

환경정책 및 제도 관련 법제는 여러 분야에서 규정되어 있다. 특히 환경법제와 에너지법제에서 친환경소비에 관한 내용이 주로 직접적으로 표현되고 있다(Kim, 2009). 대표적인 관련법으로는 가장 최근에 제정된 저탄소녹색성장 기본법이 있으며, 친환경소비 관련 거의 모든 내용이 포괄적으로 포함되어 있다. 본 법률들에 기반을 두고 현재 실시되고 있는 정책들은 환경마크제도, 탄소성적표지 제도, 탄소포인트제도, 우수재활용마크 인증제도, 에너지소비효율등급 표시제도, 고효율 에너지기자재 인증제도, 대기전력저감 프로그램, 친환경소비자 교육, 친환경소비 홍보·캠페인 등이 있다. 이러한 시책들이 마련되어 있음에 대한 홍보가 효과적으로 이루어지고, 소비자들이 이에 대하여 충분히 인지하게 되었을 때, 소비자들의 친환경소비행동 참여를 기대할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 환경지식을 고찰함에 환경문제 관련 지식과 환경정책 관련 지식 및 친환경소비 관련 지식 등과 같이 친환경 소비생활을 실천함에 있어서 필요한 정보 등을 중심으로 살펴보려고 한다.

III. 연구내용 및 방법

1. 연구문제

본 연구에서는 대학생들을 대상으로 하여 그들의 친환경소비행동 특성을 유형화 하고, 각 유형에 있어서 소비행동 특성을 체계적으로 고찰해 보고자 한다. 이를 위한 연구문제는 다음과 같다.

<연구문제 1> 대학생들의 친환경소비행동은 집단별 인구·사회·경제적 특성에서 차이가 있는가?

<연구문제 2> 대학생들의 친환경소비행동은 집단별 외적동기(환경상품 관련 시장여건, 환경정책 인지도, 준거집단의 영향정도)에서 차이가 있는가?

<연구문제 3> 대학생들의 친환경소비행동은 집단별 내적동기(환경보호 중요성 인식, 친환경행동에 대한 지각된 효과성, 추가비용감수에 대한 대도)에서 차이가 있는가?

<연구문제 4> 대학생들의 친환경소비행동은 집단별 환경지식(환경문제, 환경정책, 친환경소비 관련 지식)에서 차이가 있는가?

친환경소비행동 수준이 높은 집단과 낮은 집단특성을 설명하는데 유의한 변인을 밝혀내고, 친환경소비행동 개선을 도모하기 위한 방안을 제시하는데 연구목적들을 두고 있다.

2. 개념의 조작적 정의 및 척도구성

1) 내적동기

친환경소비생활에 있어서 내적동기란 친환경소비에 대한 중요성 인식정도와 개인적 태도로 정의하고자 한다. 본 연구에서는 Shon et al.(2010), You, Kim, and Park(2003), Sim(1999) 등의 연구를 참고로 하여 환경친화적 의식, 친환경행동에 대한 지각된 효과성, 친환경상품에 대한 추가적 비용 지불의사 등을 중심으로 친환경소비에 대한 내적동기를 알아보고자 한다. 총 7문항으로 구성하였으며, 전혀 그렇지 않다 1점에서 매우 그렇다의 5점 리커트 척도로 구성하였다.

2) 외적동기

친환경소비생활에 대한 외적동기라 함은 친환경소비에 대한 준거집단(가족, 이웃)의 영향력과 환경상품 관련 시장여건, 환경정책 관련 여건이 잘 갖추어져 있는가 여부 등의 외적 환경에 대한 인식정도라고 정의할 수 있다. 본 연구에서는

Shon et al.(2010), You(2002), DeYoung(1988-89), Schwarz (1968, 1973) 등의 연구를 참고로 하여 준거집단과 지역사회 의 친환경소비에 대한 사회적 규범과 녹색상품에 대한 정보 및 상품선택 대안의 가능성 정도, 친환경소비 관련 정책적 제도에 대한 인식 등 친환경소비생활을 위한 외적환경이 친 환경소비행동 수준을 설명하는데 유의한가를 알아보고자 한 다. 총 9문항으로 구성하였으며, 전혀 그렇지 않다 1점에서 매우 그렇다의 5점 리커트 척도로 구성하였다.

3) 환경지식

환경지식이란 친환경소비를 실천하는데 필요한 구체적인 정보의 인식수준으로 정의할 수 있다(Hwang & Lee, 2010). 그러므로 환경지식을 알아보고자 하는 측정도구를 구성함에 있어서 Yoon et al.(2006), Shon et al.(2010)의 연구를 참고로 하여 환경문제 관련 지식과 환경정책 및 제도에 대한 지식, 녹색구매, 사용, 처분 등의 친환경소비 실천에 관한 지식을 포함하였다. 총 11문항으로 구성하였으며, 소비자들이 이 러한 환경지식과 관련하여 얼마나 구체적으로 알고 있는가 에 대하여 전혀 그렇지 않다 1점에서 매우 그렇다의 5점 리 커트 척도로 구성하였다.

4) 친환경소비행동

친환경소비행동이란 일상생활 속에서 친환경소비를 행동 으로 구체화 하는 정도로 정의할 수 있다. 친환경소비란 생 태적·경제적 측면을 고려하여 녹색제품을 구매하고 사용과 정에서 에너지와 자원물품 등을 절약하고 처분과정에서 재 활용과 폐기물을 감소하도록 하며, 소비 전 과정을 통하여 녹색선도 등을 실천하는 소비양식이다(Shon et al., 2010; Hwang & Lee, 2010). 본 연구에서는 Shon et al.(2010), Hwang & Lee(2010), You(2002) 등의 연구를 참고로 하여 소비의 전 과정으로서 구매, 사용, 처분, 선도 등의 지표 를 반영하여 친환경소비행동을 알아보기 위한 문항을 구성하였 다. 구매에 있어서는 친환경상품을 구매하는가를 알아보기 위하여 저탄소 환경상품구매를 실천하고 있는가를 중심으로 구성하였다. 사용에 있어서는 환경을 염두에 두는 에너지 절 약과 경제적 측면에서 비용 및 제품절약을 위한 효율적 사용 을 중심으로 구성하였다. 처분에서는 환경과 경제적 측면에서 재활용과 재사용뿐만 아니라 쓰레기 발생의 최소화 등과 관련된 문항 등으로 구성하였다. 선도에 대하여서는 환경보 호 관련 교육을 받거나 캠페인에 참여하고 있는가와 주변인 들에게 친환경소비생활 실천을 적극 독려하거나 환경관련 단체에 가입하여 활동하고 있는가 등을 중심으로 알아보았 다. 구매, 사용, 처분행동에 대하여 각각 9문항으로 구성하였 으며, 선도행동을 알아보기 위하여서는 3문항으로 구성하였 다. 전혀 그렇지 않다 1점에서 매우 그렇다의 5점 리커트

척도로 구성하였다.

3. 자료수집 및 분석방법

연구대상은 미래사회 소비생활의 주역으로서 현재 대학 교 재학 중인 학생을 대상으로 하였으며, 본 조사를 위한 자 료 수집은 대구·경북지역 소재 종합대학교를 중심으로 재 학생 수를 참고하여 비례할당표집 하였다. 예비조사는 2011 년 12월 15일부터 20일까지 실시하였으며, 분석결과에 따라 문항을 수정·보완하였으며, 본 조사는 12월 27일부터 2012 년 1월 10일까지 실시하였다. 총 500부를 배포하여 495부를 수거하였으며, 응답이 성실하지 못한 설문지를 제외하고 484부를 분석에 사용하였다.

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS/PC 프로그램을 이용하여 분석하였다. 조사대상자들의 인구통계적 및 사회경제적 특성을 파악하기 위하여 빈도와 백분율을 산출하였다. 환경 지식, 외적동기, 내적동기, 친환경 소비자행동 등 주요 변인 들의 일반적인 수준을 알아보기 위하여 평균과 표준편차를 산출하였으며, 조사도구의 신뢰도 측정을 위하여 크론바하 알파 값을 산출하였다. 집단의 유형화를 위하여 친환경소비 행동 점수를 중심으로 군집분석을 실시하였으며, 그 결과에 대한 집단별 차이를 알아보기 위하여 교차분석과 다변량분 석을 적용하였으며, Duncan의 사후검증을 실시하였다.

IV. 결과분석

1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사대상자의 특성은 다음의 <Table 1>과 같다. 응답자 의 학년별 특성을 보면 3학년이 가장 많고, 그 외에는 학년별 로 비교적 골고루 분포되어 있으며, 전공분야에 있어서는 자 연계열, 인문사회계열 응답자 순으로 나타났다. 부직업 분류 는 통계청 직업분류를 참고하여 작성하였다. 영역별 응답자 분포에 있어서는 사무관리직 종사자, 판매서비스직, 기술직, 생산직 순으로 나타났으며, 그 외에는 고르게 분포하는 것으 로 나타났다. 부학력에 있어서는 고졸, 대학졸업 순으로 높 은 비율을 차지하였다. 월평균가계소득에 있어서는 300~400 만원 미만이라는 응답자가 가장 많았으며, 600만 원 이상 가 계와 200만원 미만 가계도 다수 있는 것으로 나타났다. 아파 트에 거주하는 응답자들이 가장 많았으며, 가족원 수에 있어 서는 4명이 가장 많고, 가족형태에 있어서는 핵가족이 86.1% 로 대부분을 차지하였다. 친환경소비 중요성에 대하여 들어 본 적이 있는가에 대한 조사에서는 부정적인 응답자의 비율 (24.6%)보다 그렇다는 긍정적인 응답자의 비율(39.6%)이 더

Table 1. General Characteristics of Respondants

(N=484)

Variables				Variables			
		N	%		N	%	
Academic year	1	70	14.5	Housing type	Apartment	243	51.1
	2	122	25.3		House	159	33.4
	3	193	40.0		Town house	74	15.6
	4	97	20.1				
Major	Humanaties & social science related subj.	193	40.1	Number of family members	2	13	2.8
	Natural science related subj.	234	48.6		3	94	20.3
	Arts & sports related subj.	54	11.2		4	248	53.6
			5		87	18.8	
			6<		21	4.5	
Job of father	Engaged in primary industry	23	4.8		Type of family structure	Nuclear family	408
	Office managers	75	15.5	Extended family		60	12.7
	Workers	65	13.4	Others		6	1.3
	Technical workers	66	13.6	Experience in green consumption information	Not at all	27	5.7
	Managerial workers	53	11.0		Generally not	89	18.9
	Official	53	11.0		Usually so	169	35.8
	Professionals	31	6.4		Generally yes	163	34.5
Sale service industry workers	68	14.0	Mostly yes	24	5.1		
Education of father	Middle school	33	6.9	Media-related information	Mass media	266	65.0
	High school	213	44.8		Books	33	8.1
	College	53	11.2		Friends	30	7.3
	University	146	30.7		Classes	62	15.2
	Graduate school	30	6.3		Topics in green consumption	18	4.4
Monthly household income ^W	>200	32	6.8	Dual income	Yes	298	58.6
	200~300	131	27.7		No	196	41.4
	300~400	156	33.0				
	400~500	79	16.7				
	500~600	36	7.6				
	600<	39	8.2				

^W: a unit= 10,000 won

높았다. 친환경소비 관련 정보매체에 있어서는 대중매체가 65.0%로 가장 많았으며, 수업시간에 들은 적이 있다거나(15.2%)

특강을 들었다(4.4%)는 응답자도 있었다. 응답자의 58.6%는 부모가 맞벌이를 하고 있었다.

2. 주요변인의 일반적 특성과 신뢰도

주요 변인에 관한 응답자의 일반적 수준을 알아본 결과 <Table 2>에 제시된 바와 같다. 내적동기 관련 변인들 중에서 친환경행동에 대한 지각된 효과성 변인이 평균 3.78점(5점 만점)으로 가장 높았으며, 그 다음으로 친환경의식으로서 3.69점, 추가비용에 대한 지불의사에서는 3.24점의 순으로 나타났다. 외적동기 관련 변인들 중에서는 환경상품 관련 시장여건에 대한 인식에서 평균 3.66점으로 가장 높았으며, 그 다음으로 환경정책 관련 인식으로서 평균 3.07점으로 나타났다. 준거집단의 사회적 규범의 영향정도에서는 평균 2.93으로 비교적 낮게 나타났다. 환경지식 관련 변인 중에서는 환경문제 관련 지식의 평균이 3.31로 가장 높았으며 환경정책 관련 제도에 대한 지식 변인의 평균은 2.65로 낮았다. 친환경소비행동 변인에서는 사용행동에서 평균점수가 3.38 가장 높았으며, 다음으로는 처분행동으로 평균 3.28이었으며, 선도행동은 2.29로 가장 낮았다. 전체 변인 중에서는 친환경행동에 대한 지각된 효과성 점수가 가장 높고, 그 다음으로 친환경의식과 친환경상품 관련 시장여건에 대한 인식이었다. 반면에 평균점수가 가장 낮은 변인은 선도행동, 환경정책에 대한 인식과 준거집단의 사회적 규범의 영향정도 등이다.

조사도구의 신뢰도 검증 결과, 각 변인의 Cronbach's α 는 <Table 2>에 제시된 바와 같다. 관련 변인의 신뢰도는 환경정책에 대한 인식(.561)과 준거집단의 사회적 규범(.593)에

있어서 약간 낮았으며, 전반적으로는 비교적 높게 나타났으며, 구성개념의 신뢰도에는 문제가 없는 것으로 볼 수 있다.

3. 친환경소비행동에 따른 군집분석

조사대상자들을 동질적인 집단으로 묶어주기 위하여 친환경소비행동 결과를 중심으로 군집분석을 실시한 결과 3개의 군집으로 선정하는 것이 각 집단을 가장 잘 표현하는 것으로 나타났으며, 그 결과는 <Table 3>과 같다. 군집 I은 친환경소비행동 중간집단(N=174), 군집 II는 친환경소비행동 열등집단(N=182), 군집 III은 친환경소비행동 우수 집단(N=127)으로 명명하였다.

군집 I은 친환경소비행동 중간집단으로서 친환경 구매행동, 사용행동, 처분행동 및 선도행동 각각의 평균점수가 중간수준의 집단으로 구성되어 있음을 알 수 있다. 구매·사용·처분행동의 점수는 친환경소비행동 우수 집단의 평균점수보다 약간 낮았으며, 선도행동의 경우에는 큰 차이로 낮았다. 친환경소비행동 열등집단으로서 군집 II의 특성을 살펴보면, 응답자 수가 가장 많고, 전반적으로 각 요인의 점수가 가장 낮은 집단으로 구성되어 있으며, 특히 선도행동 점수는 매우 낮았다. 군집 III은 응답자 수가 가장 적으며, 전반적으로 각 요인의 점수가 높은 집단으로 구성되어 있다. 특히 선도행동 점수는 다른 두 집단에 비하여 매우 높음을 알 수 있다.

Table 2. General Levels of Variables and Reliability of Scales

Variables		Number of items	M*	SD	Cronbach's α
	Eco-Conscious	2	3.69	.8204	.750
Intrinsic Motivation	awareness of consequence of behavior	3	3.78	.7652	.756
	Willingness to pay additional costs	2	3.24	.6427	.776
	Social norms of the reference group	3	2.93	.9862	.593
Extrinsic motivation	Green market conditions	3	3.66	.8679	.714
	Eco-Institutional conditions	3	3.07	.9609	.561
Environmental Knowledge	Environmental issues	2	3.31	.7924	.832
	Environmental policy	3	2.65	.8607	.730
	Green consumption	6	3.21	.6073	.731
Eco-friendly consumption behavior	Purchase	9	3.05	.6643	.827
	Use	9	3.38	.6460	.798
	Disposal	9	3.28	.6308	.826
	Leadership	3	2.29	.9605	.853

* a minimum of 1 point to maximum of 5 points

Table 3. The Result of Cluster Analysis of Eco-friendly Consumption (N=484)

Cluster	변인	N	Purchase	Use	Disposal	Leadership
			M±SD	M±SD	M±SD	M±SD
I		174	3.25±.5249	3.63±.4157	3.51±.4494	1.92±.5010
II		182	2.56±.5096	2.84±.4740	2.76±.4816	1.80±.6911
III		127	3.50±.5724	3.79±.6020	3.70±.5245	3.50±.6963

I : The Middle Group II : The Inferior group III : The Excellent Group

Table 4. Pearson's X^2 between Eco-friendly Consumption and its Factors

변인	Cluster	I (N=174)		II (N=182)		III(N=127)	
		N	%	N	%	N	%
		Not at all	10	5.9	15	8.4	2
Experience in green consumption information	Generally not	26	15.4	48	27.0	15	12.0
	Usually so	62	36.7	61	34.3	46	36.8
	Generally yes	68	40.2	47	26.4	48	38.4
	Mostly yes	3	1.8	7	3.9	14	11.2
	Topics in green consumption	9	6.2	5	3.4	4	3.5

Pearson's X^2 : 35.432 df=8 P<.001

Pearson's X^2 : 22.566 df=8 P<.01

* % of total

I : The Middle Group II : The Inferior group III : The Excellent Group

4. 조사대상자의 일반적 특성에 따른 차이검증

친환경소비행동 군집에 따른 응답자의 일반적 특성에 대한 차이를 알아보기 위하여 교차분석을 실시하였으며, 그 결과는 <Table 4>와 같다. 분석결과를 보면, 관련 변인 중에서 친환경소비생활의 중요성에 대한 정보를 접해본 정도와 정보매체의 유형에 있어서만 통계적으로 유의한 의미가 있는 것으로 나타났다.

친환경소비행동 중간집단(군집 I)의 특성을 살펴보면, 친환경소비생활의 중요성에 대한 정보를 접해본 정도 변인에서 다소 그렇다와 그저 그렇다고 한 응답자가 가장 많았으며, 매우 그렇다고 한 응답자는 가장 적었으며, 다른 군집에 비해서도 가장 적었다. 환경정보를 접하게 된 매체의 유형에서는 대중매체라고 한 응답자가 가장 많았으며, 관련 특장을 들었다고 하는 응답자가 다른 군집에 비하여 가장 많았다.

친환경소비행동 열등집단(군집 II)의 특성을 살펴보면, 친환경소비생활의 중요성에 대한 정보를 접해본 정도 변인에서 그렇지 않다에 대한 응답률이 가장 높았고, 전혀 그렇지 않다에 있어서도 다른 군집에 비해 응답자가 가장 많았다. 환경정보를 접하게 된 매체의 유형에서는 대중매체라고 한 응답자는 친환경소비행동 우수 집단(군집 III) 보다 많았다. 또한 수업시간에 들었다고 하는 응답자는 세 집단 중에서 가장 많았으며, 친구로부터 들었다고 하는 응답자는 친환경소비행동 중간집단(군집 I) 보다 많았다.

친환경소비행동 우수 집단(군집 III)의 특성을 살펴보면, 친환경소비생활의 중요성에 대한 정보를 접해본 정도 변인에서 매우 그렇다에 대한 응답률이 가장 높았고, 전혀 그렇지 않다에 대해서는 응답자가 가장 적었다. 환경정보를 접하게 된 매체의 유형에서는 대중매체라고 한 응답자가 가장 적었고, 책을 통해서 읽었다거나 친구로부터 들었으며, 수업시

간에 들었다고 한 응답자가 다른 집단에 비해 약간 높았으며, 비교적 골고루 분포되어 있음을 알 수 있다.

이상의 결과는 선행연구(Jonson & Porrott, 1995; Yoon, et al., 2006; Antil, 1984; Hines, Hungerford, & Tomer, 1987)에서 환경문제에 대한 정보를 소비자가 알고 있을 때, 친환경소비행동과 정적으로 유의한 것으로 밝혀진 것과 같은 경향의 결과라고 하겠다. 군집 III에서 나타난 결과를 볼 때 불특정다수를 대상으로 하는 대중매체를 통한 홍보보다는 관련 특강, 서적 등 직접적이고 구체적인 방법으로 관련 내용을 전달하는 것이 친환경소비행동을 이끌어내는데 효과적이라고 하겠다.

5. 친환경소비행동에 따른 내적동기, 외적동기, 환경지식에 대한 차이검증

조사대상자들의 친환경소비행동에 따른 내적동기와 외적동기가 어떠한가를 살펴보기 위하여 다변량 분석을 실시하였으며, 그 결과는 <Table 5>와 같다. 내적동기와 외적동기 관련 모든 하위변인은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

먼저 내적동기 관련 변인 중에서 친환경소비행동에 대한 지각된 효과성의 점수는 세 군집 모두에서 전반적으로 높았다. 친환경소비행동 중간집단(군집 I)의 특성을 살펴보면, 친환경의식에 있어서 가장 점수가 높았으며, 사후검증 결과 우수 집단과 같은 수준으로 높았다. 친환경소비행동에 대한 지각된 효과성 변인에 있어서도 세 개 유형의 군집 중에서 가장 점수가 높았으며, 사후검증 결과 우수 집단과 같은 수준으로 높았다. 또한 환경상품에 대한 추가비용 지불의사에 있어서도 우수 집단(군집 III)보다 평균점수는 약간 낮았으나 사후 검증결과 우수 집단과 같은 수준으로 높았다.

친환경소비행동 열등집단(군집 II)의 특성을 살펴보면, 친환경의식, 친환경소비행동에 대한 지각된 효과성, 그리고 환

경상품에 대한 추가비용 지불의사에 있어서 모두 가장 점수가 낮았다. 이 중에서도 특히 환경상품에 대한 추가비용 지불의사에 있어서는 중간집단과 우수 집단에 비하여 매우 낮은 수준으로 차이가 현저히 나타나고 있었다.

친환경소비행동 우수 집단(군집 III)의 내적동기에 대한 특성을 살펴보면 친환경소비행동 중간집단(군집 I)과 비교해 볼 때, 사후검증 결과 통계적으로는 같은 수준으로 나타나고 있다고 설명할 수 있다. 평균점수를 살펴보면, 환경상품에 대한 추가비용 지불의사에 있어서만 평균 3.48점으로 세 집단 중에서 가장 높았으며, 친환경의식, 친환경소비행동에 대한 지각된 효과성 변인에서는 중간집단(군집 I)보다 평균점수가 약간 낮았다. 이상의 결과를 종합해 볼 때 환경상품에 대한 추가비용 지불의사는 친환경소비의 우수성을 결정하는 매우 중요한 요소라고 하겠다. 이는 또한 친환경소비행동 특성이 이타적 소비행동이라고 설명한 선행연구(Stem & Oskamp, 1987)를 뒷받침하는 결과라고 할 수 있다.

외적동기 관련 변인들 중에서 환경상품 관련 시장여건에 대한 인식수준의 점수가 세 집단 모두에서 전반적으로 가장 높았다. 친환경소비행동 중간집단(군집 I)의 특성을 살펴보면, 준거집단의 사회적 규범의 영향정도에 있어서 열등집단(군집 II)보다는 높았으나, 우수 집단(군집 III) 보다는 비교적 많은 차이로 낮았다. 환경상품 관련 시장여건에 대한 인식수준에 있어서는 모든 군집에서 비교적 높은 점수로 나타났으며, 사후검증 결과 평균점수가 3.73으로 가장 높았다. 환경정책에 대한 인식에 있어서는 열등집단(군집 II)보다는 약간 높았으며 우수 집단(군집 III) 보다는 현저히 낮았다.

친환경소비행동 열등집단(군집 II)의 특성을 살펴보면, 준거집단의 사회적 규범의 영향정도, 환경상품 관련 시장여건에 대한 인식, 환경정책에 대한 인식 등 모든 변인에서 가장 낮은 것으로 나타났다.

친환경소비행동 우수 집단(군집 III)의 특성을 살펴보면,

Table 5. ANOVA between Clusters of Eco-friendly Consumption and Components of Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation (M±SD, N=484)

Variables		I (N=174)	II (N=182)	III(N=127)	F-val.
Intrinsic Motivation	Eco-Conscious	3.85±.6589b	3.42±.9131a	3.81±.7239b	15.716***
	Awareness of Consequence of Behavior	3.94±.6425b	3.50±.7356a	3.91±.7140b	20.526***
	Willingness to pay additional Costs	3.32±.9199b	2.91±.9101a	3.48±.8669b	16.832***
Extrinsic motivation	Social Norms of the Reference Group	2.91±.6834b	2.48±.5707a	3.32±.6659c	66.318***
	Green Market Conditions	3.73±.7153b	3.55±.6949a	3.59±.6495ab	3.096*
	Awareness of Eco-Institutional Conditions	2.97±.6774b	2.76±.6151a	3.34±.7096c	28.977***

*P < .05, ***P < .001, Duncan's Multiple range test : P < .05

I : The Middle Group II : The Inferior group III : The Excellent Group

Table 6. ANOVA between Clusters of Eco-friendly Consumption and Components of Environmental Knowledge

(M±SD, N=484)

Variables		I	II	III	F-val.
Environmental Knowledge	Environmental issues	3.53±.7176b	3.11±.8225a	3.29±.7727a	13.123***
	Environmental policy	2.67±.8075b	2.31±.7422a	3.11±.8324c	38.312***
	Green consumption	3.35±.5022b	2.91±.5586a	3.50±.6060c	49.226***

*** $P < .001$, Duncan's Multiple range test : $P < .05$

I : The Middle Group II : The Inferior group III : The Excellent Group

준거집단의 사회적 규범의 영향정도와 환경정책에 대한 인식 변인에서 중간집단(군집 I)과 열등집단(군집 II)에 비하여 현저히 높은 수준으로 나타났다. 환경상품 관련 시장여건에 대한 인식 변인에서는 사후검증 결과 중간집단(군집 I)보다는 오히려 약간 낮은 것으로 나타났다.

이상의 결과에서 외적동기에 있어서 친환경소비행동 유형에 있어서 집단별 소비자특성을 구분하는데 중요한 변인은 준거집단의 사회적 규범의 영향정도와 환경정책에 대한 인식으로 나타났다. 반면에 환경상품 관련 시장여건에 대한 인식은 세 집단 모두에서 비교적 높게 나타났다.

조사대상자들의 친환경소비행동에 따른 환경지식이 어떠한가를 살펴보기 위하여 다변량 분석을 실시하였으며, 그 결과는 <Table 6>과 같다. 환경지식 관련 모든 하위변인에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 관련 변인 중에서 환경문제 관련지식은 세 집단 모두에서 전반적으로 높게 나타났다. 친환경소비행동 중간집단(군집 I)의 특성을 살펴보면, 환경문제 관련 지식 변인에서 평균점수가 3.53으로 세 집단 중에서 가장 높은 것으로 나타났다. 환경정책 관련 지식에 있어서 평균점수는 2.67로서 열등집단(군집 II) 보다는 높으나 우수 집단(군집 III)과 비교해 볼 때 현저히 낮다고 보겠다. 친환경소비 관련 지식에서는 평균점수가 3.35점으로 우수집단(군집 III) 보다는 낮으나 비교적 높다고 할 수 있다.

친환경소비행동 열등집단(군집 II)의 특성을 살펴보면, 환경문제 관련 지식, 환경정책 관련 지식, 친환경소비 관련 지식 등 모든 변인에서 가장 낮은 것을 나타냈다. 특히 환경정책 관련 지식에서는 평균점수가 2.31로 매우 낮았으며, 환경문제관련 지식에서는 다른 두 군집에 비해서는 낮으나 평균 3.11점으로서 환경지식의 다른 변인에서 평균 3점 이하인 것과 비교해서는 상대적으로 높다고 볼 수 있다.

친환경소비행동 우수 집단(군집 III)의 특성을 살펴보면, 환경문제 관련 지식에서는 중간집단(군집 II) 보다 평균점수가 낮았다. 그러나 환경정책 관련 지식변인에서는 군집 I, 군집 II 에 비하여 현저히 높은 것으로 나타났다. 친환경소비 관련 지식변인에서도 가장 높은 점수이나 중간집단(군집 II)에 비하여 약간 높은 점수라고 하겠다.

환경지식 관련 변인에 대한 차이분석에서 친환경소비행동 우수 집단을 설명하는 가장 중요한 변인은 환경정책 관련 지식이라고 하겠다. 반면에 전반적인 환경문제 관련 지식은 세 집단 모두에서 비교적 높은 점수로 나타났으며, 이는 선행연구에서와 같이 친환경행동에 대하여 영향력 있는 변인으로서 의미는 있으나 친환경소비행동 수준에 대한 결정적 요소로서 설명력은 구체적인 지식으로서 환경정책 관련 지식이 더 의미가 크다고 하겠다.

V. 요약 및 결론

대학생의 소비행태 속에서 나타나고 있는 과도한 에너지 소비, 자원의 과다사용, 그로 인한 쓰레기 발생의 증가 등으로부터 심각한 환경문제를 유발하고 있으며, 따라서 대학생들의 소비행태는 녹색성장과 지속가능한 소비사회의 실현을 추구하는 미래사회를 위하여 시급히 개선되어야 할 과제이다. 이에 본 연구는 현대사회에서 소비를 확대하는 주도적인 연령층으로 부상하고 있는 대학생들을 대상으로 하여 그들의 친환경소비행동을 유형화 하고, 각 유형에 있어서 응답자의 일반적 특성, 친환경소비행동을 함에 있어서 내적동기와 외적동기, 그리고 환경지식 등에 있어서 어떤 차이가 있는가를 고찰해 보는데 연구목적을 두고 있다. 연구결과는 미래사회를 이끌어 갈 대학생들에게 올바른 환경의식을 고취시키고, 환경친화적 소비문화를 정착시킬 수 있는 정책적 방안을 수립하기 위한 기초자료를 제공하는데 기여할 수 있을 것으로 생각된다. 연구결과의 주요내용과 이에 대한 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 대학생소비자를 대상으로 친환경소비행동을 유형화한 결과 3개의 군집으로 유의하게 구분되었으며, 이들을 각각 친환경소비행동 중간집단(군집 I), 친환경소비행동 열등집단(군집 II), 친환경소비행동 우수 집단(군집 III)으로 명명하였다. 이들 각 군집의 표본 수는 열등집단(군집 II)에서 가장 많았으며, 우수 집단(군집 III)의 크기가 가장 작았다. 열등집단(군집 II)의 수가 가장 많다는 것은 대학생소비자의

친환경소비행동 개선을 위한 대책마련이 시급함을 시사하는 것으로 생각된다. 또한 우수 집단(군집 III)에서 특히 선도행동에 대한 점수가 다른 두 집단에 비해 현저히 높은 것으로 나타난 결과로 미루어 볼 때, 선도행동이 우수 집단으로서 군집 III의 특성을 설명하는데 유의미한 변인으로 생각할 수 있을 것이다. 대학생들로 하여금 환경교육을 받도록 하거나 관련 캠페인에 직접 참여해 보도록 하는 것이 친환경소비행동 향상을 도모하기 위한 효율적 방안이라고 생각된다. 따라서 대학에서는 환경교육정책의 일환으로 이러한 교내행사를 마련함으로써 학생들의 친환경소비행동 향상에 기여할 수 있을 것이다.

둘째, 응답자의 일반적 특성에 대한 집단별 차이분석 결과 친환경 소비생활의 중요성에 대한 정보를 접해본 경험여부와 정보매체의 유형에서만 유의한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 환경친화적 소비행동의 이해에 있어 인구·사회경제적 변수 보다 개인의 특성, 환경문제에 대한 태도·행동 변수들이 보다 적절하다고 한 연구와 같은 결과라고 생각된다 (Lee, Nho, & Kim, 2000). 친환경 소비생활의 중요성에 대하여 들어본 적이 있는가 하는 질문에서 우수 집단(군집 III)에서는 매우 그렇다의 응답률이 다른 집단에 비하여 현저히 높게 나타난 결과로 볼 때, 대학생 소비자로서 하여금 친환경 소비생활의 중요성을 접할 수 있도록 기회를 마련하는 것이 중요하다. 정보매체의 유형에서는 우수 집단(군집 III)에서 나타난 결과와 같이 대중매체보다는 관련 서적, 수업시간 또는 관련 특강 등 다양한 기회를 통하여 소비자 스스로 친환경 소비생활의 중요성에 대한 내용을 접할 수 있도록 하는 것이 중요하다고 하겠다. 이는 환경정보정책을 마련하는데 시사점을 제공하는 것이라고 보겠다.

셋째, 군집의 각 유형에 있어서 내적동기 관련 변인의 평균점수는 3.3이상으로 전반적으로 비교적 높은 것으로 나타났다. 그러나 열등집단(군집 II)의 환경상품에 대한 추가비용 지불의사는 평균 2.91점으로 가장 낮았으며, 우수 집단(군집 III)에서는 가장 높게 나타났다. 따라서 추가비용 지불의사는 우수 집단으로서 군집 III의 특성을 설명하는데 유의미한 변인이라고 생각된다. 추가비용을 지불한다는 것은 자신의 경제적 부담에도 불구하고 환경을 보호할 수 있는 구매결정을 하게 된다는 의미이다. 이러한 결과는 후속연구를 생각할 때 소비자와 마케팅의 두 가지 측면에서 의미가 있을 것이다. 소비자 측면에서 살펴보면, 어떤 메커니즘을 통하여 추가비용을 지불하고자 하는 개인의 내적동기가 유발될 수 있는가에 관한 연구가 이루어져야 할 것이다. 다음으로 그린마케팅 측면에서는 현실적으로 어느 정도로 더 지불할 수가 있으며, 이는 상품종류와 특성에 따라 어떠한 차이가 나타나게 되는지 등에 관하여 더 구체적인 연구가 이루어져야 할 것으로 생각된다.

친환경의식의 경우에 있어서도 많은 선행연구에서 친환경 소비행동에 대한 유의한 영향력이 있는 변인으로 설명하고 있다. 본 연구에서도 친환경의식의 수준은 집단 간 차이를 설명하는데 통계적으로 유의한 차이가 있으나 세 집단에서 모두 비교적 높게 나타났으며, 친환경소비행동 수준별 집단의 특성을 설명하는데 있어서는 제한점이 있다고 하겠다. 지각된 효과성 변인에서도 군집 I과 군집 III에서 같은 수준으로 높게 나타났으며, 세 집단의 차이를 분명하게 설명하는데는 제한점이 있다고 하겠다.

넷째, 외적동기 관련 변인 중에서 환경상품 관련 시장여건에 대한 인지도는 군집의 각 유형에서 평균 3.5점 이상으로 전반적으로 높다고 볼 수 있다. 그러나 준거집단의 사회적 규범의 영향정도에서 우수 집단(군집 III)에서 현저히 높았다. 이는 친환경소비행동을 실천함에 있어서 가족과 친구, 지역사회의 영향력이 매우 중요하다는 것을 반영하는 결과라고 하겠다. 그러므로 친환경소비행동 활성화를 위한 시책을 마련함에 있어서 가족이 함께 참여하는 프로그램을 개발한다거나, 각 지역사회를 중심으로 하는 특성화 된 활성화 전략이 필요하다고 하겠다. 또한 환경정책에 대한 인식에 있어서도 우수 집단(군집 III)에서 현저히 높은 것으로 나타났다. 정부에서는 환경정책 관련 제도를 개발하는 것도 중요하며, 시행하고 있는 다양한 제도에 대하여 소비자들이 이러한 제도들을 잘 인식할 수 있도록 전달하기 위한 체계적인 방안도 마련해야 할 것으로 생각된다. 선행연구에서도 친환경행동에 대한 지각된 효율성이 높은 집단에서 정부의 환경정책에 대한 지지도가 높았으며(Ellen, Wiener, & Cobb-Walgeen, 1991), 정부에서 도입하고 있는 환경정책 프로그램에 대한 사회적 규범이 소비자들의 친환경행동에 직접영향을 미치게 되는 것으로 나타나고 있다(Osterhus, 1997).

다섯째, 환경지식 관련 변인의 군집별 차이분석에서 환경정책에 관한 지식은 우수 집단(군집 III)에서 다른 두 집단에 비해 현저히 높은 점수로 나타났으며, 이는 대학생소비자의 친환경소비행동 특성을 설명하는데 있어서 매우 의미가 크다고 하겠다. 또한 친환경소비 관련 지식도 우수 집단(군집 III)과 열등한 집단(군집 II)에서 현저한 차이가 있었으며, 친환경소비행동을 설명하는데 매우 유의한 변인으로 생각된다. 반면에 환경문제 관련 지식은 세 집단 모두에 있어서 전반적으로 평균 3.1점 이상으로 비교적 높았으며, 오히려 중간집단(군집 II)에서 우수 집단(군집 III)보다 더 높았다. 이러한 결과로 미루어 볼 때 환경지식은 일반적인 환경문제 관련 이슈보다는 지식의 내용이 친환경소비를 실천하는데 필요한 환경정책 관련제도 또는 친환경소비생활 실천에 대한 보다 구체적인 내용으로 구성되었을 경우에 친환경소비행동을 이끌어내는데 더 효과적임을 의미하는 것이라고 생각된다.

이상의 결과를 종합해 볼 때 본 연구의의는 다음과 같다.

먼저, 친환경소비행동 특성을 설명함에 있어서 기존의 연구에서 주로 구매·사용·처분행동 중심으로 이루어졌으나, 본 연구에서는 선도행동도 포함시켜서 고찰해 보았으며, 연구결과 선도행동은 친환경소비행동 우수 집단에서 현저히 높은 점수로 나타났으며, 따라서 매우 유의한 변인이라고 볼 수 있다. 둘째, 친환경행동에 대한 지각된 효과성과 친환경의식 등 변인은 대부분의 선행연구에서 친환경소비행동에 대한 영향력을 밝히고자 하는 것을 중심으로 이루어지고 있다. 본 연구에서는 친환경행동 수준에 따라 집단을 구분하여 이들 변인의 수준을 살펴본 결과 모든 집단에서 비교적 높은 것으로 나타났으며, 반면에 친환경상품에 대한 추가비용 지불의사에 대하여 집단 간에 뚜렷한 차이를 보여주는 결과를 도출할 수 있었다. 셋째, 환경지식 관련 변인에서도 대부분의 선행연구에서 친환경소비행동에 대한 영향력을 밝히고자 하는 것을 중심으로 이루어지고 있다. 본 연구에서는 환경지식의 내용을 세분화 하여 친환경행동 수준에 따라 집단별 하위변인의 수준을 살펴본 결과 일반적인 환경관련 이슈는 모든 집단에서 비교적 높았으며, 반면에 환경정책 관련 지식 또는 친환경 소비생활 관련 지식 등 구체적인 내용을 중심으로 하는 변인들에 있어서 집단 간에 뚜렷한 차이를 보여주는 결과를 도출할 수 있었다.

대학생소비자의 친환경소비행동을 향상시키기 위하여서는 지속가능한 사회구현의 차원에서 친환경소비생활 향상방안을 마련하는 것이 무엇보다도 필요하다. 이를 위하여 정부의 환경관련 정보정책이 체계적으로 마련되어야 할 것으로 생각된다. 환경정책 측면에서 어떠한 제도를 시행하고 있는가 하는 것을 대학생소비자들에게 충분히 설명해야 할 필요가 있는 것이다. 또한 친환경소비와 관련된 구체적인 정보를 마련함으로써 친환경소비행동 향상에 실질적인 효과를 기대할 수 있겠다. 더 나아가 친환경소비에 대한 사회적 규범의 영향력이 매우 크다는 것을 고려할 때 지역사회 구성원들이 공동으로 참여할 수 있는 환경교육프로그램 개발이 필요하다고 하겠다.

후속연구에서는 집단 간 특성을 설명함에 있어서 매우 유의한 변인으로 나타난 환경상품에 대한 추가비용 지불의사, 준거집단의 사회적 규범에 대한 영향, 그리고 환경정책에 대한 인식과 환경정책 관련 지식 변인을 중심으로 세분화된 연구가 이루어져야 할 것으로 생각된다. 예를 들면, 환경상품에 대한 추가비용을 지불함에 있어서 상품의 관여도와 상품의 종류에 따라 구분하여 결과를 고찰해 봄으로써 친환경소비행동을 향상을 위한 효율적인 방안마련이 가능해 질 것이다. 본 연구의 제한점으로서 첫째, 대학생을 대상으로 하는 선행연구 중에서 친환경소비행동 수준에 따라 관련 변인의 하위변인들에 관한 차이분석을 실시한 연구를 거의 찾아볼 수가 없으며, 따라서 연구결과에 대한 비교고찰을 충분히 수

행하지 못한 점이다. 둘째, 본 연구는 대구·경북지역 대학생들을 대상으로 실시하였으므로 연구결과를 일반화 하는데 제한점이 있다.

REFERENCE

- 김종희·한동녀(1998). 그린마케팅의 성과요인에 대한 소고, **숙명여대 경제경영논집**, 28.
- 김종호·정형식(1997). 소비자 리사이클링행동의 영향요인에 관한 연구-의무적 리사이클링 제도의 시행과 관련하여 -**한국마케팅학회 춘계학술대회 발표자료집**, 1-36.
- 배순영(2009). 녹색생활혁명과 가정, **제3차 가족정책포럼**.
- 안길상·정영숙·이기주·이동섭(1993). 생활쓰레기 분리배출 및 재활용에 적극적인 소비자의 특성에 관한 연구, **한국소비자학회 학술발표논문집**.
- 장홍섭(2004). **소비자 보호 및 이해를 위한 현대사회와 소비자**, 대구: 경북대학교 출판부.
- 최정은(2009. 5. 31). 美 시판 중인 그린제품 8가지 특징, **뉴욕 KBC**.
- Ajzen, I.(1991). The Theory of Planned Behavior, *Organization and Human Decision Process*, 50, 179-211.
- Allen, R., Calantone, J. & Schewe, C. D.(1982). Consumers Attitudes About Energy Conservation in Sweden, Canada and the United states with Implications for Policy-Makers, *Journal of Marketing and Public Policy*, 1, 43-57.
- Antil, J. H.(1984). Socially Responsible Consumers: Profile and Implications for Public Policy, *Journal of Macro-marketing*, Fall. 18-39.
- Bae, S., Kim, J.-Y., Song, M.-S.(2009). A Study on the Revitalizing System for Low Carbon Green Consumption, Policy Analysis 09-08, Korea Consumer Agency.
- Baun, S. H.(1995). *The Urban housewives' Consciousness and Behavior for the Environmental Conservation their Concern of the household Waste Management*. Unpublished Mater Thesis. Sook Myung Women's University.
- Berger, I. E.& Corbin, R.M.(1992). Perceived Consumer Effectiveness and Faith in Other as Moderators of Environmentally Responsible Behavior, *Journal of Policy & Marketing*, 11(2), 79-89.
- Cheon, J. E.(1999). *The Study on the Middle School Student's Consciousness and Behavior of the Environmen-*

- tal Problems toward their Lifestyle*. Unpublished Mater Thesis, Dong-A University.
- Choi, K-h, Kho, H-j & Joung, S-h(2010). A Qualitative Research on the Characteristics of the Green Consumer, *Journal of Korea Home Management Association*, 28(5), 183-195.
- DeYoung, R.(1988-89). Exploring the Difference Between Recyclers and Non-Recyclers: The Role of Information. *Journal of Environmental System*, 18(4), 341-351.
- Dunlap, E. R. & Jones, R.(2002). Environmental Concern: Conceptual and Measurement Issue, *Handbook of Environmental Sociology*, 482-524.
- Ellen, P. S., Wiener, J. L. & Cobb-Walgeen, C.(1991). The Role of Perceived Consumer Effectiveness in Motivating Environmentally Conscious Behaviors, *Journal of Public Policy & Marketing*, 10(2), 102-117.
- Hines, J. M., Hungerford, H.R. & Tomera. A.N.(1987). Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: A Meta-analysis, *Journal of Environmental Education*, 19(2), 1-6.
- Hwang, E. & Lee, K.(2010). A Study on Green Consumption Capacity Assessment, Policy Analysis 10-13, *Korea Consumer Agency*.
- Jang, H. K.(1992). *A Study In Consumers' Consciousness and Their Conservation Of Resources*. Unpublished Mater Thesis. Sook Myung Women's University.
- Jonson, M. K. & Porrott, K. R.(1995). A Logistic Regression Analysis of Factors Affecting Recycling Behavior in Apartment Communities, *Housing and Society*, 23(3), 41-52.
- Karp, D.C.(1996). Values and Their Effect on Pro-Environmental Behavior, *Environment and Behavior*, 28(1), 111-133.
- Kim, M.-J.(2007). *A Factor Analysis Influencing Pro-environmental Behavior of Housekeeper*, Unpublished Mater Thesis, Seoul National University. Seoul.
- Kim, K. M.(2005). *A Study on the Relationship Between Pro-environmental Consumption Consciousness and Behavior of University Students*, Unpublished Mater Thesis. Sook Myung Women's University.
- Kim, S. C.(2009). *A Study on Legislation Improvement for Sustainable Consumption*, Korea Consumer Agency.
- Lee, J. H., Noh, J. K., & Kim, I. S.(2000). A Study in the Factors that Influence the Environmentally Concerned Consumption Behavior, *Korean Management Review*, 29(2), 171-195.
- Lee, S. H.(2003). A Study on Environment-Friendly Family Resource Management Behaviors, Environmental Consciousness, Knowledge, and Education, *Journal of Korea Home Management Association*, 4(2), 73-96.
- Lepisto, L.R.(1974). *An Empirical Study of The Effect on Environmental Product Attributes, Convenience and Price on Product Preference and Socially Responsible Consumer Behavior*. Unpublished Doctoral Dissertation. Pennsylvania State University.
- Marguerat, D. & Cestre(2004). *Determining Ecology Related Purchase and Post-Purchase Behavior Using Structural Equations*, UMI, 3-23.
- Min, H. S. & Rhee, K. C.(1996). Environmentally Conscious Consumer Behavior and Support on the Environmental Regulation, *International Journal of Human Ecology*, 34(4).
- Min, H. S. & Rhee, K. C.(1999). Consumers' Pro-Environmental Attitude and Behavior, *Journal of Korea Home Management Association*, 37(1), 29-44.
- Minton. A. P. & Rose. R.L.(1997). The Effects of Environmental Concern of Environmentally Friendly Consumer Behavior: An Exploratory Study, *Journal of Business Research*, 40(1), 37-48.
- Osterhus, T.(1997). Pro-Social Consumer Influence Strategies: When and How Do They Work?, *Journal of Marketing*, 61(October), 16-29.
- Ottman, J.A(2006). *Green Marketing: Opportunity for Innovation*, 2nd Ed, Lincolnwood(IL): NTC/Contemporary Books.
- Park, U.-A.(1997). *The Married Women's Pro-Environmental Consumer Behavior*, Unpublished Doctor Thesis. Seoul National University.
- Park, U.n A. & Rhee, K. C.(1995). A Study on Environmentally Conscious Consumer Behavior, *Journal of Korean Home Economics Association*, 33(4), 199-212.
- Ro, C.-Y. & Shin, H.-S. & Joe, H.-J.(1991). A study on the Consumer Consciousness and Behavior on Environmental Problems, *Journal of Korea Home Management Association*, 9(2), 49-62.
- Schwarz, S. H.(1968). Awareness of Consequence and the Influence of Moral Norms on Interpersonal Behavior, *Sociometry*, 31, 355-369.
- Schwarz, S. H.(1973). Normative Explanations of Hel-

- ping Behavior: A clique, proposal, and empirical Test, *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 349-364.
- Shon, S. H., Kim, K., Rha, J-Y & Choi, S. A.(2010). Green Consumption Competency: A Conceptional model of its framework and components, *Consumer Policy and Education Review*, 6(3), 95-119.
- Sim, M. Y.(1999). *A study on the Socially Responsible Consumer Attitudes and Behaviors Toward Environmental Problem : The Consistency and Related Variables*. Unpublished doctor Thesis. Taegu-Hyosung Catholic University.
- Stem, P. C. & Oskamp, S.(1987). *Managing scarce environmental resources*, In; Stokols, D. & Altman, I.(Eds), *Handbook of environmental psychology*(1043-1088). N.Y.: Wiley.
- Yi, Y. S.(2009). Sources of Pro-environmental Behavior and its Path Analysis, *한국행정논집*, 21(3), 1057-1083.
- Yoon, S.-W., Yang, Y.-J., Noh, J.-K. & Jeon J.-K. (2006). Effects of Environmental Knowledge on Environmentally Conscious Consumer Behavior, *Journal of Marketing Management*, 11(3), 131-147.
- You, D. R. & Kim, J. H. & Park, Y. M. (2003). The Impacts of Social Norms and Personal Ethics on Recycling Behavior, *Journal of Korea Home Management Association*, 21(6), 69-79.
- You, D. R.(2002). A Comparison of Consumer Characteristics between high and low Group in Recycling Behavior, *Journal of Korean Home Economics Association*, 40(6), 53-67.

접수일 : 2012년 09월 24일

심사일 : 2012년 10월 15일

게재확정일 : 2012년 11월 05일