

녹색소비에 관한 정보탐색 및 소비자교육에 따른 소비의식 : 한국과 중국의 비교

Consumption Awareness according to Information Search and Consumer Education for Green Consumption : Comparative Study between Korea and China

건국대학교 소비자정보학과

석사목건문*

교수이승신

강의교수 류미현**

Dept. of Consumer Information Science, Konkuk Univ.

Master : Mu, Jian-Wen

Professor : Lee, Seung-Sin

Lecturer Professor : Ryu, Mi-Hyun

<Abstract>

The research is aimed to provide suggestions to higher the level of green consumption awareness in South Korea and China, through comparative analysis of consumers in both countries. It also tries to understand how the consumption awareness and consumer education influences on the green consumption awareness.

The study examined residents in Seoul, Korea, and Suzhou, China, and the research was conducted from March 25 to 31 in 2010. Three hundred and four samples in total were analyzed.

The major results of this study were summarized as follows: First, Korean consumers' green consumption awareness is higher than that of Chinese consumers. Yet, consumers in both countries showed the lowest level in environmental participatory awareness in green consumption awareness. Second, environmental problems concern and green consumption information search is the key variable in the improvement of green consumption awareness level both in Korea and China.

▲주요어(Key Words) : 환경문제관심(environmental problems concern), 녹색소비정보탐색(green consumption information search), 녹색소비의식(green consumption awareness)

* 주저자 : 목건문 (E-mail : kuky-mu@hotmail.com)

** 교신저자 : 류미현 (E-mail : mihyun99@konkuk.ac.kr)

I. 서론

오늘날 산업기술 개발 및 과학기술 발달은 인간의 생활수준 향상과 평균 수명 연장 등의 긍정적인 영향을 주었지만 기후변화, 생태계파괴, 환경오염 등 인간의 생존을 위협하는 심각한 문제를 발생시켰다. 우리나라는 1960년대 이후 지속적인 경제성장을 추진해 온 결과 산업화·도시화로 인하여 환경문제가 심각하게 되었으며, 또한 중국의 경우도 중국경제가 90년대 이후 매년 10% 안팎의 고속성장을 지속했지만 날로 심각해지는 환경문제는 중국의 발전을 저해하는 장애물이 되었고 환경오염 문제는 중국만의 문제가 아닌 글로벌 이슈가 되었다(문화일보, 2011. 6. 17). 이러한 환경문제를 극복하려는 방안으로 세계 각국에서는 '웰빙' '로하스' '슬로우푸드 운동' '다운쉬프트' 등 다양한 녹색생활 활동이 이루어지고 있다(Baik, 2007).

환경위기를 해결하고자 우리 정부는 2008년 '저탄소 녹색성장' 정책을 국가 비전으로 제시하였고, 2009년 '저탄소 녹색생활 실천방안'을 발표하여 실천을 가속화하기 위해 노력중이다. 저탄소 녹색성장의 10대 정책방향 중 생활혁명, 녹색성장교육·환경정책은 정부와 기업의 노력과 함께 가정, 학교의 녹색소비의 중요성 인식과 소비자의 구체적인 소비생활 실천방안이 함께 이루어져야 함을 나타내고 있다(이정전, 2009).

사실 환경문제는 어느 특정인의 문제가 아닌, 소비자, 기업, 정부 모두의 공동책임임을 인식하고 환경을 쾌적하게 유지하고 보전하기 위한 녹색생활은 국가 뿐 아니라 소비자 개개인의 적극적인 참여가 요구된다. 따라서 소비자들은 환경을 지키려는 녹색소비의식과 환경친화적인 녹색소비 행동의 실천이 그 어느 때보다 필요하다.

따라서 환경문제의 해결을 위해 소비자의 생활양식이나 의식, 가치관의 변화 뿐 아니라 이들의 행동을 녹색소비의 방향으로 의식적으로 변화시키는 것이 매우 중요함을 인식하여야 한다. 지금까지 편리함과 빠른 소비를 제공하는 패스트문화의 생활방식에서 다소의 불편함이 따를 수 있는 녹색소비문화로 옮겨가기 위해서는 가치관의 변화가 선행되었을 때 성공적인 결과를 기대할 수 있다. 즉 녹색사회에서 지속 가능한 소비와 생산을 위한 현명한 비용 지불은 소비자의 권리이자 책임이다. 소비자의 녹색소비의식을 제고하고 확산시킬 수 있는 지속적인 노력이 이루어져야 녹색소비를 충족시키기 위한 녹색경영에 따른 녹색생산이 있을 수 있고 이를 기반으로 한 녹색성장을 통해 녹색소비사회를 구현할 수 있을 것이다(정순희, 2010).

한국소비자원(2009)의 소비자리더 110명을 대상으로 한 조사에 의하면 녹색소비실천의 가장 큰 장애요소로 소비자

의 인식의 부족을 지적하였으며, 또한 한국소비생활연구원(2010)의 녹색소비에 대한 인식도 조사에서도 녹색소비활성화를 위한 가장 중요한 해결과제로 응답자의 31.6%가 소비자의 의식행사와 실천을 가장 중요하게 생각하고 있었다. 하지만 Song et al.(2011)의 연구결과에서 보면 소비자는 친환경 제품 개발의 필요성을 느끼고 있으면서도 실제로 친환경 제품을 구매, 사용하는데 따르는 경제적 손실을 감수할 의사는 없는 것으로 나타나 친환경에 대한 소비시민으로써의 역할 수행에 대한 의지가 낮게 나타남을 볼 수 있다. 이처럼 녹색소비생활을 실천하기 위해서는 소비자들의 녹색소비의식의 제고가 함양되어야 함에도 불구하고 소비자들의 녹색소비의식의 부족 현상을 볼 수 있었다.

따라서 본 연구에서는 녹색소비의식에 대한 제고를 위해 연구를 실시할 것이며, 특히 한국과 중국소비자의 녹색소비의식을 비교하고자 한다. 한국과 중국은 정치·경제·사회제도적 환경이 다른 국가이다. 이러한 각각의 제도적 요인 중에서 정치적 요인과 경제적 요인은 양국의 녹색소비현상의 차이를 가져오는 중요한 요인으로 파악할 수 있다(Lee, 2008). 환경문제가 국경을 초월하여 전 세계적인 문제로 대두되는 시점에서 아시아 지역 역시 심각한 오염문제에 직면해 있으므로 최대의 당사국들이라 생각되는 중국과 한국의 녹색소비를 연구하는 것은 지역의 환경문제해결에 있어 중요한 연구가 될 수 있다.

본 연구에서는 먼저 한국과 중국의 소비자를 대상으로 환경문제관심도, 녹색소비관련 정보탐색, 녹색소비교육정도를 비교분석해 보고자 한다. 또한 녹색소비의식수준을 비교 파악하고 녹색소비의식에 영향을 미치는 변수들을 한국, 중국 소비자를 비교 파악하여 각국 소비자의 녹색소비의식을 높일 수 있는 방안을 제시하고자 한다. 이러한 녹색소비의식의 제고를 위한 방안 연구는 결국 녹색소비행동으로 연결되어 녹색소비생활의 기초가 될 것이다.

II. 이론적 배경

1. 녹색소비의 정의

녹색소비에 대한 선행연구들의 정의를 살펴보면 Park(1995)은 자신의 사적인 소비가 타인, 사회, 환경에 미치는 영향을 염두 해 두고 제품과 서비스를 구매, 사용, 처분하는 것이라 정의하였으며, Kye and Kang(1998)은 생태계 보호 차원에서 자원 사용을 계획하고 실행하고 평가하는 것이라 하였다. 곽유미(1999)는 자신의 소비행위가 환경을 유발한다는 점을 인식하고 환경과파괴가 이루어지지 않도록 환경친화적 제품을 구매, 사용, 처분하며, 환경과 관련된 문제 등에

불만, 이익을 제기하는 행동이라 하였다. 배순영(2010)의 경우도 녹색소비는 상품과 서비스의 구매-사용-처분의 전 과정에서 탄소배출 및 자원 사용을 의식적으로 저감하는 소비 형태를 의미한다고 하였다.

박명희(2009)는 녹색소비는 자연친화적이거나 친환경적 녹색상품을 구매하는 것, 의식주를 포함한 녹색 생활에 관한 부분은 천연재료를 이용한 의생활, 채식주의 음식, 친환경재료로 지은 주택 등을 떠올리기도 하고, 여가활동을 할 때 이산화탄소를 발생하지 않는 여가 활동을 하는 것 등이 녹색소비라고 하였다. 또한 Yoo et al.(2011)은 녹색소비란 친환경적인 제품이나 서비스를 구매, 사용하는 소비를 의미한다고 하였다.

UNDP(2002)의 녹색소비 개념은 인간의 기본욕구를 충족시키면서 보다 높은 삶의 질을 가져다주는 재화와 용역을 사용하는 것이며, 또한 미래 세대의 욕구를 위태롭게 하지 않는 자연자원의 이용, 유해물질이용, 폐기물과 공해배출을 최소화하는 소비라고 정의 내렸다.

이처럼 기존연구에서는 녹색소비가 주로 자원절약 및 재활용, 친환경제품의 소비 등으로 제한적으로 이해되었다(Noh, 1996; Kye & Kang, 1998; 허경옥, 2009). 하지만 점차 지구 오염과 이로 인한 위기인식이 전 지구적으로 확대되면서 자기 자신 뿐 아니라 타인, 지구, 미래세대 등을 고려하는 환경을 고려한 소비에 대한 필요성이 부각되고 있다(Yoo et al., 2011).

특히 최근에는 경제 성장과 동시에 환경문제를 해결할 수 있는 21세기 신성장 패러다임으로 '녹색성장'이 주목 받고 있으며, 녹색소비 자체를 녹색성장의 한 축으로 인식하고 환경과 성장, 소비의 선순환 구조를 꾀하는 방향으로 추진되기 위해서 녹색소비의 활성화는 녹색성장의 원동력이나 구심점으로 이를 실천하는 소비자 역할이 그 어느 때보다 중요함을 지각하고 있다(김영신, 2009). 또한 녹색성장의 필수요건 중 하나이자 지속가능한 소비문화 창출의 출발점으로서 녹색소비가 중요하며, 이를 위한 소비자·기업·정부의 총체적 노력이 요구된다. 소비란 개인의 소비자행동이기도 하지만 공동체의 소비생활양식이기도 하므로, 녹색소비가 녹색성장의 견인차로 자리매김하기 위해서는 소비자, 기업, 정부 모두가 협력해야하며 전체 국가정책 틀 안에서 연계 추진되어야 함을 인식하여야 한다(배순영, 2010).

2. 녹색소비정보와 녹색소비교육의 필요성

소비자정보란 소비자가 현명한 의사결정을 내리고 소비 생활을 효율적으로 해 나가기 위해 꼭 필요한 요소로서(김기옥·김난도·이승신, 2004) 이러한 소비자정보 중 녹색소비정보의 경우는 소비자들이 올바른 녹색지식과 의식, 태도를

갖고 녹색소비행동을 하는 데 중요한 역할을 할 수 있을 것이다. 따라서 소비자들이 녹색소비를 생활속에서 실천할 수 있도록 하기 위해서는 중요성, 개념, 방법 등에 대해서 정확한 정보를 소비자들에게 제공하는 것이 중요하다.

소비자의 녹색소비를 확대하기 위해서는 녹색 관련 정보 제공을 확대시켜야 하며, 그러기 위해서는 녹색소비와 관련된 정보를 제공하는 포털사이트 개발이 필요하다. 이 정보망은 녹색상품 관련 정보를 제공하는 세계사이트의 통합적 연결이 필요하며, 녹색관련 정보가 소비자에게 효율적으로 전달될 수 있도록 하여야 한다(허경옥, 2009).

우리나라 제 2차 지속가능한 소비촉진정책의 방향에서도 지속가능한 소비를 위한 정보 제공활성화, 탄소포인트 및 녹색인센티브 제공, 환경상품 정보제공 강화, 녹색상품 비교정보제공, 녹색소비교육 실시 등을 향후 추진해 갈 과제로 제시하였다(Bae, 2011).

그린소비자의 특성에 대해 연구한 Choi and Joung(2010)의 연구에서는 그린소비자들은 환경에 대한 자신들의 책임을 인지하고 있었고 결국 다양한 정보원천에서 얻은 전문적 지식들은 그린소비자들이 현재 환경 위기에 대한 올바른 인식과 환경의식적 태도를 가질 수 있도록 도와주고 있음을 파악하였으며, 따라서 다양한 채널을 통한 환경에 대한 지속적인 관심 유발과 환경에 대한 전문적 정보제공이 중요함을 지적하였다.

Song et al.(2011)의 그린위성 정보인식에 따른 소비자의 구매행동의도를 파악한 연구에서는 소비자들의 녹색정보 접근성을 높일 수 있는 시스템이 개발되어야 함을 주장하였다. 또한 녹색정보는 범위가 다양하므로 다양한 노력이 요구되거나 현대의 소비자들에게는 녹색정보탐색은 시간적 비용이라는 부담을 안게 하므로 소비자들이 특별한 노력 없이 녹색정보를 받아들일 수 있는 시스템 구축과 TV시사 교육프로그램을 통해 직접적으로 녹색정보를 제공해야 하며, 드라마나 교양오락프로그램을 통해 간접적으로 소비자들이 자연스럽게 그린인증 마크 등 녹색소비정보에 접근할 수 있도록 PPL의 시도를 요구하였다.

한편 녹색소비의식 고취를 위한 녹색소비교육의 필요성을 보면 그 동안의 우리나라의 녹색소비의식과 교육이 생활 쓰레기의 분리수거나 쓰레기를 줄이는 등의 미시적인 측면만을 강조하였고, 온난화, 일조량변화, 대기와 해양오염 등에 대한 책임에 대해서는 소극적이었으며, 또한 경제성장에만 주력하여 물질적인 풍요는 누리게 되었지만 녹색가치에 대해서는 둔감하였다. 따라서 오늘날의 녹색소비교육을 반영하는 녹색성장교육은 미래지향적인 안목을 지니고 환경적, 경제적인 측면과 사회적 가치를 고려하면서 구체적으로 일생 생활속에서 실천할 수 있도록 이루어지는 것이 바람직하다고 볼 수 있다(박미정, 2009).

현대생활의 한 부분으로 소비주의에 의해 떠오르는 환경적, 사회적, 경제적 지속가능성의 쟁점과 소비의 영향을 감소시킬 수 있는 방법을 모색하고 이러한 문제들을 통합적으로 접근할 수 있는 소비자교육이 필요하다(UNESCO, 2006). 즉 자신의 소비가 생태적, 사회적으로 영향을 줄 수 있음을 깨닫고 책임의식을 가지고 실천을 중요시하는 소비자교육의 접근이 요구된다(Paek, 2010).

특히 녹색소비의 실천을 성공적으로 유도하기 위해서는 소비자들의 녹색소비에 대한 정확한 개념과 필요성에 대한 인식이 선행되어야 한다. 즉 환경보호와 소비는 상반된 개념이 아니라 동시에 추구되어야 하며, 미래 사회에서 소비자가 반드시 실천해야 하고 나아가 적극적으로 선도해야 할 시대적 필수 사항이다. 따라서 녹색소비가 좀 더 환경친화적 사회를 만들어 나갈 수 있는 원동력이며, 녹색소비의 실천을 통해 긍정적인 미래를 얻을 수 있다는 것을 지속적으로 교육하는 것이 필요하다.

그러나 환경보전 및 에너지 절약 등의 실천사항을 생각할 때 일반적인 국민들은 기존에 학교 및 시민단체 등을 중심으로 실시해오던 환경교육과 녹색소비교육의 개념에 대한 혼돈을 가질 수 있다. 이를 위해 녹색소비교육의 개념 및 필요성을 좀 더 자세히 살펴보아야 할 필요가 있다.

녹색소비교육은 경제와 환경이 조화를 이루는 국가와 지역사회의 진취적 성장을 목표로 미래 녹색소비를 주도할 녹색인재양성 및 범지구적 차원에서 녹색생활의 가치를 인식·실천할 수 있는 글로벌 녹색시민양성교육(최준화, 2009)을 의미한다. 또한 경제성장과 환경보전을 융합시킨 녹색생활 교육이며, 미래녹색기술·산업에 대한 직업개척 능력 및 전문지식 향상을 위한 진로교육, 그리고 국제사회에서 녹색소비 선도국 지위 확보를 위한 글로벌·리더교육(녹색성장위원회 등, 2009)이라 할 수 있다.

기존에 실시되어오던 환경교육이 국가와 지역사회의 지속가능발전을 목표로 국민이 환경을 보전하고 개선하는데 필요한 지식·기능·태도·가치관 등을 배양하고 이를 실천하도록 하는 교육(환경교육진흥법 제2조)임을 감안할 때, 녹색소비교육을 포함한 녹색성장교육과 환경교육의 차이점을 보면 환경교육과 녹색성장교육은 지속가능발전을 목표로 환경보전 및 환경개선을 위한 능력이나 가치관, 지식 등을 함양한다는 공통성을 가질 수 있으나, 녹색성장교육은 단지 환경보전 및 개선에 그치지 않고, 경제와 환경이 조화를 이루는 국가와 지역사회의 진취적 성장을 목표로, 미래 녹색소비를 주도할 녹색인재양성 및 범지구적 차원에서 녹색생활의 가치를 인식·실천할 수 있는 글로벌 녹색시민 양성교육이라는 점에서 차이가 있다 할 수 있겠다(녹색성장위원회, 2009).

그동안 학교와 시민단체 등을 중심으로 한 환경교육에서

는 환경교육의 필요성이나 의미, 영향 등에 대한 지식보다는 대부분 실천위주의 교육으로 전개되어 왔다. 따라서 녹색소비교육은 경제와 환경이 조화를 이루는 국가와 지역사회의 진취적 성장을 목표로 미래 녹색소비를 주도할 녹색인재를 양성하고, 녹색생활의 가치를 인식·실천할 수 있는 글로벌 녹색시민을 양성하도록 하여야 한다.

따라서 허경옥(2009)의 연구에서는 녹색소비자교육을 활성화시키기 위한 방법으로 첫째, 녹색소비를 위한 현행 정규교육에 대한 확대와 강화 둘째, 환경단체, 소비자단체, 공공기관 등이 주최하는 녹색사회교육의 확대 셋째, 기업의 자발적인 녹색소비교육 참가 및 강화, 기업의 담당자(생산, 판매 등)에 대한 교육 의무제 및 권고제의 검토 넷째, 정부의 적극적인 녹색정책, 소비자지향적인 녹색정책, 실천지원의 정책이 시도되어야 한다. 녹색소비자교육을 위한 협의체 신설, 녹색소비자교육 촉진 연합체 구성을 통해 교육주체 및 협의체 간 연계를 도모할 수 있다고 제시하였다.

3. 녹색소비의식

의식이란 한 문화 안에서 사회적으로 없어서는 안 될 것으로 간주되는 집합적 활동을 의미하며, 의식은 의식 그 자체를 목적으로 거행되는 것으로(Hofstede, 1997) 즉 자신의 느낌, 생각 또는 행동에서 깨우쳐지는 것의 개념으로 제도, 사상, 가치현상과 같은 심리적인 대상에 대하여 방향이 결정되는 감정적인 태도이고 이러한 태도는 행동을 이끌어내는 주요한 역할을 한다(최경하, 2009). 따라서 녹색소비를 유도하기 위해서는 녹색소비의식이 필요하다.

특히 한 개인의 소비행위가 다른 사람의 소비행위에 부정적 영향을 미친다면 타인의 이익을 고려하지 않는 소비행위로서 개인적 차원의 소비문제는 사회적문제와 사회의 부담으로 작용하게 된다(Peterson, 1993). 특히 과소비의 경우는 지구자원의 과다한 소비로 인한 낭비의 차원에서 문제가 될 수 있으며 호화 사치소비의 경우 타인의 소비행위에 영향을 미쳐 사회적 자원의 낭비 또는 왜곡된 시장 환경을 형성하게 되므로 타인에 대한 녹색소비의식적인 문제를 고려하지 않을 수 없는 것이다. 따라서 타인에게 피해를 주지 않으면서 만족한 소비생활을 할 수 있는 환경 친화적 소비문화의 형성이 곧 소비자의 녹색소비의식에 기초한 것이라고도 볼 수 있다(박명희, 2009).

또한 현대 산업사회의 공업화, 도시화, 대량생산, 대량소비는 부산물로 환경오염, 대량 고체폐기물, 자원고갈 등의 환경문제를 유발시켰으며 기존의 소비자문제로 주목을 받았던 상품이나 서비스 질에 대한 부분, 부적절한 가격, 공정한 거래 및 안정성에 대한 문제도 심각한 소비자문제로 부각됨으로써 환경문제에 대한 소비자의식이 한층 더 강조되기에

이르렀다(Kim, 2009).

따라서 녹색소비의식이란 환경보전 및 향상을 위해 일상 생활에서 환경문제를 야기시키는 행동을 배제하고 생태계의 평형과 조절기능을 회복시키는 생활양식을 선택하여 스스로 절약하는 생활을 실천하며 환경개선을 위해 노력하며 환경보전을 위한 가치관 갖고 생활하려는 의식으로 정의한다.

이러한 녹색소비의식 제공의 필요성 인식이 높아짐에 따라 다양한 조사 및 연구들이 이루어지고 있다. 녹색소비관련 선행연구들을 환경관련 소비의식을 포함하여 살펴보면 다음과 같다.

Kim(2005)의 대학생들의 환경친화적 소비의식을 연구한 결과 전반적으로 보통을 약간 상회하는 정도의 의식을 갖고 있었으며, 하위영역으로 볼 때는 자원소비절약의식이 가장 높고 환경보존의식, 자원재활용의식, 환경보존에의 참여의식 순으로 나타났으며, 특히 환경보존에의 참여의식 수준이 가장 낮게 나타났다. 또한 Kim(2010)의 연구에서도 대학생 소비자들은 조사대상의 97.7%가 전 세계적으로 환경오염정도가 심하다고 여기고 있었으며, 96.5%는 지구온난화의 심각성이 현저하다고 인식하고 있었다.

최경하(2009)의 연구에서 소비자의 환경의식을 분석해 본 결과 소비자들은 환경문제의 심각성을 매우 높게 인식하고 있으나 환경의식적 행동의 중요성을 환경문제보다 덜 중요하게 인식하고 있는 것을 알 수 있었다.

환경부(2008)의 환경보전에 관한 국민의식 조사결과 평소 환경문제에 대해 국민의 79.0%가 관련 있다는 응답을 하였으며, 국민들은 지구온난화의 심각성에 대한 우려를 나타내고 있었다.

한편 국제 환경 보호단체 그린피스 조사결과 중국소비자의 1/3이 유해무질, 유무나 절약형 상품인지 등의 환경요인 여부를 감안하여 상품을 구매하는 것으로 나타났고 또한 중국소비자들의 80% 이상이 “돈을 더 지불하더라도 친환경 제품을 구입하겠다”고 조사되었다(박한진, 2006).

그 동안의 연구 결과를 보면 소비자들의 녹색소비관련 의식이 과거에 비해 높아지고 있었으며, 특히 향후 녹색상품 구매에 대한 의지도 높음을 볼 수 있었다. 하지만 녹색소비에 대한 전영역의 소비의식이 높다기 보다는 하위영역별 녹색소비의식에는 차이가 있었으므로 본 연구에서도 녹색소비의식의 하위영역을 구분하여 각각의 정도를 살펴보고자 한다.

4. 녹색소비의식의 영향요인

다음에서는 환경과 관련된 녹색소비의식에 영향을 주는 변수들을 파악해보고자 선행연구를 살펴 보면 다음과 같다.

먼저 사회경제적 변수와 녹색소비의식의 관련성에 대한 선행연구를 살펴보면 Moon(2011)의 연구에서는 녹색소비

의식을 녹색성장관심, 환경문제의식, 녹색상품에 대한 의식 등으로 구분하여 살펴본 결과 연령, 학력이 높은 소비자들이 녹색성장에 대한 관심과 녹색상품에 대한 의식이 높게 나타났다. 계선자와 유경아(2009)의 연구결과 사회인구학적 변인 중 환경친화적 소비의식은 남학생이 여학생소비자보다 더 높은 것으로 나타났으나 반면 Kim and Kye(2010)의 대학생 소비자를 대상으로 한 연구결과 남학생보다는 여학생소비자가 참여의식과 환경보전의식 모두에서 높은 수준의 환경문제에 대한 소비자의식을 보여 주어 상반된 연구결과가 나타났다. 허주영(2008)의 연구에서는 서울 거주 소비자들은 물질적 풍요속에서 성장한 젊은 세대일수록 환경에 대한 관심이 증가해, 젊은세대, 고학력일수록 환경의식이 증가한다는 결과가 나타났으며, 학력이 높아질수록 지역적 환경의식이 증가하고, 연령이 증가할수록 지구적 환경의식이 증가하는 것으로 나타났으나 각 환경의식이 사회인구학적 요인에 의해 설명되어지는 정도는 약하다고 하였다. 또한 소득은 학력과 정적인 관련성이 있으므로 소득이 높은 소비자들의 경우 녹색소비의식에도 정적인 영향을 보일 것이라 생각된다. 이처럼 선행연구에서는 사회경제적 변수가 환경문제와 관련된 녹색소비의식에 영향을 미치고 있었으나 그 연구결과에 있어 일관성이 낮음을 볼 수 있었다.

둘째, 환경문제관심도, 녹색소비정보탐색, 녹색소비교육 등의 변수와 녹색소비의 의식과의 관련성을 파악한 선행연구들을 보면 노정구(2005)의 연구에서는 환경에 대한 관심은 환경의식적 소비행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 따라서 환경에 대한 관심이 높을수록 환경의식적 소비행동을 한다는 것을 의미하므로 기업에서는 환경친화적 특성을 강조함으로써 환경에 대한 관심을 유발시켜야 하며, 환경보전이라고 하는 당면과제를 안고 있는 정부로서도 환경캠페인 등을 지속적으로 실시하여 국민들의 환경에 대한 관심도를 높여야 할 것이라 하였다.

한편 정보원천 중 대중매체 접촉으로 획득한 환경에 대한 정보가 소비자의 환경문제에 대한 관심 및 의식을 증가시킬 수 있으며(Kye & Kang, 1998; Kim & Kye, 2010), 환경정보에 노출될수록, 개인의 환경정보가 높을수록 환경친화적인 소비의식이 높게 나타났다(계선자 · 유경아, 2009). 또한 환경정보관심도가 높을수록 환경의식적 소비의식 수준이 높게 나타났다(Kim & Kye, 2010). 즉 기존연구결과 환경관련 정보는 결국 녹색소비의식에 긍정적인 영향을 주고 있음을 파악할 수 있었다.

또한 녹색소비교육은 환경과 경제의 상호보완을 통해 저탄소 및 에너지 절약을 실천하고 녹색제품을 구입하도록 하며, 녹색성장의 실현을 위한 교육이다(Baik, 2007). 특히 채정숙 등(2008)은 소비자교육의 목표 중 한부분인 자원을 아끼고 절약하며, 제품의 구매, 사용, 처분 단계에서 환경오염을

Table 1. Reliability of the Scale

Variables	Number of items	Reliability coefficients
Environmental problems concern	8	0.89
Green consumption information search	6	0.79
Green consumption awareness	13	0.88

최소화할 수 있는 환경의식의 함양과 이를 실천할 수 있도록 하는 것이 소비자교육의 목표임을 제시하였다. 즉 소비자교육은 녹색소비의식 함양에 기초가 되므로 녹색소비교육을 많이 받을수록 녹색소비의식에는 긍정적인 영향을 미치게 될 것이다.

III. 연구방법

1. 연구문제

- <연구문제 1> 한국과 중국소비자의 환경문제 관심도는 어떠한가?
- <연구문제 2> 한국과 중국소비자의 녹색소비관련 정보 탐색은 어떠한가?
- <연구문제 3> 한국과 중국소비자의 녹색소비교육은 어떠한가?
- <연구문제 4> 한국과 중국소비자의 녹색소비의식 수준은 어떠한가?
- <연구문제 5> 한국과 중국소비자의 녹색소비의식에 영향을 미치는 변수는 무엇이며, 변수간의 상대적인 영향력은 어떠한가?

2. 조사도구 및 척도의 구성

본 연구의 조사도구는 선행연구를 참고로 하여 작성된 설문지로 이루어졌다. 설문 문항으로는 조사대상자의 사회경제적 특성에 관한 문항, 환경문제 관심도에 관한 문항, 녹색소비정보 탐색에 관한 문항, 녹색소비교육에 관한 문항, 녹색소비의식에 관한 문항 등 총 다섯 부분으로 구성되었다.

1) 사회경제적 변수

사회경제적 변수로는 성별, 연령, 학력, 직업, 월평균소득액, 월평균소비액 등으로 구성하여 총 6문항으로 측정하였다.

2) 환경문제관심도와 녹색소비정보탐색 변수

환경문제 관심도는 8문항으로 환경오염영향, 녹색소비정

책과 제도, 재활용 이용 및 쓰레기 분리수거, 에너지 부족 및 재활용 방법, 새로운 에너지 개발 등으로 5점 리커트 척도를 이용하여 측정하였다. 녹색소비정보탐색은 정보원천별 정보탐색정도를 파악하기 위하여 김기욱·김난도·이승신(2004), Kim(2005)의 연구를 기초로 총 6문항을 5점 리커트 척도를 이용하였다.

3) 녹색소비교육 변수

녹색소비교육 변수로는 녹색소비교육경험유무, 필요성, 교육 참여의향, 원하는 녹색소비자교육 담당자, 원하는 녹색소비교육 방식, 원하는 녹색소비교육 내용 등의 6문항으로 Kim(2010)의 연구를 기초로 성인들의 녹색소비교육과 관련하여 수정한 후 작성하였다.

4) 녹색소비의식 변수

녹색소비의식을 측정하기 위해 Kim(2005), Yoo(2008) 등의 연구를 기초로 자원절약의식, 자원관리의식, 환경보존의식, 환경보존 참여의식 등과 관련된 총 13문항을 5점 리커트 척도를 이용하여 보았다.

본 연구에서 사용한 척도의 신뢰도 검증을 위하여 항목간의 내적 일관성을 나타내주는 신뢰도 계수(Chronbach's α)를 산출한 결과는 <Table 1>과 같다. 그 결과 환경문제 관심도 $\alpha=.89$, 녹색소비정보탐색 $\alpha=.79$, 녹색소비의식 $\alpha=.88$ 로 모두 비교적 높게 나타났다.

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 예비조사는 2010년 3월 6일부터 3월 10일 사이에 한국의 서울특별시와 중국 소주시에 거주하는 20대 이상 성인 소비자 각 15명에게 설문지를 배부하여 30부의 설문지를 회수하였으며, 이를 토대로 설문지를 수정, 보완하였다.

본 조사는 2010년 3월 25일부터 2010년 3월 31일까지 한국 서울특별시와 중국 소주시에 거주하는 20대와 50대 성인 소비자 각 152명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문지는 총 304부를 배부하였고 304부 전체가 회수(회수율100%)되었으며, 이를 본 연구의 최종분석 자료로 사용하였다.

Table 2. Demographic Characteristics of the Sample

Korean: N(%)=152(100)
Chinese: N(%)=152(100)

		Korean	Chinese
Gender	Male	76(50.0)	76(50.0)
	Female	76(50.0)	76(50.0)
Average age		24.88	25.42
Educational level	High school or less	51(33.6)	27(17.7)
	College/University	90(59.2)	118(77.6)
	Graduate school	11(7.2)	7(4.6)
Occupation	Undergraduate	27(17.8)	12(7.9)
	Professionals	30(19.7)	22(14.5)
	office workers	23(15.2)	70(46.7)
	Service occupations	19(12.5)	20(13.1)
	management	33(21.7)	12(7.9)
	Housewife	13(8.6)	2(1.3)
	Inoccupation	7(4.6)	14(9.2)
Monthly average income	Less than 1,300,000 won(Less than 540,000won) ¹⁾	52(34.2)	59(38.7)
	1,300,000-2,800,000won(540,000-970,000won)	55(36.2)	63(41.5)
	2,800,000 won and above(980,000 won and above)	45(29.6)	30(19.8)
	Average	124.61	73.67
Monthly average consumption	Less than 700,000 won(Less than 200,000 won) ¹⁾	59(38.9)	60(39.5)
	700,000-1,600,000won(210,000-420,000 won)	46(30.2)	61(40.1)
	1,600,000 won and above(430,000 won and above)	47(30.9)	31(20.4)
	Average	65.53	30.97

1) Monthly average income, monthly average Consumption of () Figures in China.

조사대상을 한국과 중국소비자의 20대와 50대로 한정 하였는데 20대는 새로운 소비환경에 빠르게 적응하고 변화되는 반면 상대적으로 50대는 새로운 환경에 대해 거부감을 느끼고 기존의 것을 유지하려는 보수적 성향이 있으므로 성인 소비자 중 20대와 50대의 녹색소비의식은 뚜렷한 차이를 보일 것이라 생각되어 조사 대상으로 하였다.

본 연구의 자료 분석을 위한 통계처리는 SPSS for Windows 18.0 program으로 빈도분석, T-검증, χ^2 검증, 상관관계 분석, 중회귀분석을 실시하였다.

4. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상의 일반적 특성을 살펴보기 위하여 성별, 연령, 학력, 직업, 월평균 소득액, 월평균 소비액으로 구성하였으며, 그 결과는 <Table 2>와 같다.

IV. 연구결과 및 분석

1. 한·중소비자의 환경문제관심도 및 녹색소비정보 탐색

1) 환경문제관심도

먼저 한국과 중국소비자의 환경문제 관심도를 각각 살펴 보면 <Table 3> 양국 모두 환경오염이 인간 건강에 미치는 영향에 대한 관심이 가장 높았고 반면 녹색소비 정책, 제도에 관한 내용에 대해서는 관심도가 가장 낮았다.

한국소비자와 중국소비자의 전체적인 환경문제관심도의 차이를 분석한 결과 유의한 차이를 보이고 있었다. 즉 환경 문제에 대한 관심이 한국소비자보다는 중국소비자의 경우 더 높게 나타났다.

하위문항별로 보면 환경오염으로 인한 피해실태, 환경오염이 건강에 미치는 영향, 녹색소비정책 및 제도에 관한 내용, 에너지절약의 실천방법 등의 항목에서 유의한 차이가 나타났다. 이 문항 모두에서 중국소비자가 환경문제 관심도가

Table 3. Environmental Problems Concern

Environmental Problems Concern	Korean	Chinese	t-value
	M	M	
Status of environmental damage caused by pollution	3.78	4.19	-4.09***
Effects of pollution on human health	4.07	4.47	-4.73***
Green consumption systems, policies	3.16	3.63	-3.97***
Information on the use of recycling	3.39	3.59	-1.65
Waste treatment or recycling methods	3.75	3.63	1.01
Status of a lack of energy resources	3.77	3.93	-1.39
Information on the development of new energy	3.70	3.81	- .85
Water, electricity, etc. Practical ways to save energy	3.88	4.26	-3.82***
Total	3.69	3.94	-2.98**

** $p < .01$, *** $p < .001$

Table 4. Green Consumption Information Search

	Korean	Chinese	t-value
	M	M	
TV, radio broadcasts, etc.	3.38	3.99	-5.53***
Internet	2.95	3.86	-7.23***
Newspapers, magazines, books, and print media	3.10	3.74	-5.67***
Government, consumer groups	2.87	2.78	.78
School education	2.59	2.79	-1.58
Family, neighbors, relatives, friends, etc.	2.63	2.80	-1.32
Total	2.92	3.33	-4.86***

*** $p < .001$

더 높게 나타났다.

2) 녹색소비정보탐색

먼저 한국소비자의 녹색소비정보탐색정도를 보면<Table 4> TV, 라디오 등 방송매체에서의 정보탐색이 가장 높았고 반면 학교교육에서의 녹색소비정보탐색이 가장 낮았다. 이는 조사 대상이 주로 20대와 50대이므로 특히 50대 소비자들의 경우 그들의 학교교육을 받을 시기상 학교 교육에서 녹색소비관련 정보를 많이 탐색 하지 못했을 것이라 생각된다.

중국의 경우도 TV, 라디오 등 방송매체에서의 녹색소비에 대한 정보탐색이 가장 높았고 반면 정부, 소비자단체에서의 녹색소비정보탐색이 가장 낮았다.

한국과 중국소비자간의 전체적인 녹색소비관련 정보탐색의 차이를 살펴본 결과 유의한 차이가 나타났으며, 한국소비자보다는 중국소비자의 경우 녹색소비관련 정보탐색을 더

많이 하고 있는 것으로 나타났다. 하위문항별로 보면 TV·라디오 등 방송매체, 인터넷·신문·잡지·서적 등 인쇄매체에서의 정보탐색의 경우 유의한 차이가 나타났으며 이 들 문항 모두 중국소비자가 더 높게 정보탐색을 하고 있는 것으로 나타났다.

2. 한·중 소비자의 녹색소비교육

한국과 중국소비자의 녹색소비교육관련 사항을 알아본 결과 <Table 5>와 같다.

먼저 한국소비자는 녹색소비교육의 경험이 없는 사람이 78.9%이고 녹색소비교육이 '필요하다'고 응답한 경우가 91.4%로 높게 나타났고 녹색소비교육에 '참여 하겠다'가 77.0%로 높게 나타났다. 또한 가장 원하는 녹색소비교육 담당자는 사회단체 및 민간기구 36.8%, 정부 28.3%, 학교 22.4%순으로

Table 5. Green Consumption Education

Korean: N(%)=152(100)
Chinese: N(%)=152(100)

		Korean	Chinese	X ² (df)
		N(%)	N(%)	
Green consumption educational experience	Experience	32(21.1)	59(38.8)	11.43(1) ***
	No experience	120(78.9)	93(61.2)	
Green consumption education needs	Not needed	13(8.6)	19(12.5)	3.78(1) *
	Needed	139(91.4)	133(87.5)	
Intentions participate in green consumption education.	Will not participate	35(23.0)	16(10.5)	8.51(1) **
	Will participate	117(77.0)	136(89.5)	
Representative of desired green consumption education	Government	43(28.3)	92(60.5)	41.69(4) ***
	Community groups and private organization	56(36.8)	22(14.5)	
	Religious Organizations	6(3.9)	3(2.0)	
	School	34(22.4)	33(21.7)	
	Home, Other	13(8.6)	2(1.2)	
Teaching methods of desired green consumption education	Lecture	16(10.5)	5(3.3)	26.28(4) ***
	Practice · Experience	55(36.2)	28(18.4)	
	Audio-visual	27(17.7)	20(13.2)	
	Field trips	46(30.3)	96(63.2)	
	Other	8(5.3)	3(2.0)	
Contents of desired green consumption education	Resources saving	25(16.4)	49(32.3)	16.19(3) ***
	Environmental Conservation	59(38.8)	64(42.1)	
	Green Energy	39(25.7)	20(13.2)	
	Green consumption policies and institutions, others	29(19.1)	19(12.5)	

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

나타났고 원하는 녹색소비교육 방식은 실습·체험 36.2%, 현장학습 30.3%로 나타났다. 녹색소비교육 내용은 환경보전에 관한 내용이 38.8%로 가장 높게 나타났고 그 다음은 녹색에너지 25.7%, 녹색소비정책 및 제도 17.1%, 자원절약 16.4%, 기타 2.0%의 순으로 나타났다.

중국소비자는 녹색소비교육의 경험이 없는 소비자가 61.2%, 녹색소비교육이 ‘필요하다’고 응답한 경우가 87.5%로 나타났고 녹색소비교육에 ‘참여 하겠다’가 89.5%로 높게 나타났다. 중국소비자가 원하는 녹색소비교육 담당자는 정부 60.5%이었고 원하는 녹색소비교육 방식은 현장학습이 63.2%로 가장 높았고 원하는 녹색소비교육 내용은 환경보전이 42.1%로 가장 높았다.

한국과 중국소비자의 녹색소비자교육에 대한 비교 결과를 보면 한국과 중국 소비자 모두 녹색소비교육 경험이 없는 소비자가 많은 것으로 나타났지만 녹색소비교육의 필요성을 높게 인식하고 향후 녹색소비교육을 받으려는 의사가 높은 것으로 나타났다. 또한 한국소비자가 원하는 교육담당자는 사회단체 및 민간기구였으며, 원하는 교육방식은 실습·체

험이 가장 많았다. 반면 중국소비자가 원하는 교육담당자는 정부이고 교육방식은 현장학습이다. 이는 한국과 중국의 사회 교육의 제도적 차이로 인하여 기인한 결과라 생각된다.

3. 한·중 소비자의 녹색소비의식

1) 녹색소비의식의 요인분석 결과

녹색소비의식 척도의 하위요인을 파악하기 위하여 요인 분석을 실시하였다. 녹색소비의식 요인분석을 한 결과 <Table 6> 문항 1, 2, 3, 4를 요인 1로, 문항 5, 6, 7을 요인 2로, 문항 8, 9, 10, 11을 요인 3으로, 문항 12, 13을 요인 4로 묶을 수 있었다. 각 요인들의 신뢰도는 요인 1은 0.804, 요인 2는 0.843, 요인 3은 0.756, 요인4는 0.633을 나타내었다. 요인 1은 자원관리의식, 요인 2는 환경보존참여의식, 요인 3은 환경보존의식, 요인 4는 자원절약의식으로 명명하였다.

2) 한·중 소비자의 녹색소비의식 수준

먼저 한국소비자의 전반적인 녹색소비의식 수준을 보면

Table 6. Factor Analysis of the Green Consumption Awareness

	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4
1. Used products or recycled products should be used actively.	.783	.272	-.044	.035
2. Green products must know how to distinguish whether any.	.670	.075	.300	.270
3. Want to consume the product and not have any impact on the environment should be considered in advance	.772	.090	.275	.153
4. Economically beneficial, but the environment must be considered.	.727	.161	.286	.121
5. Educate consumers about environmental issues are willing to participate if there is	.186	.804	.310	.099
6. Environmental Protection Agency is willing to join.	.189	.888	.100	0.83
7. Pollution not buy products that people are willing to actively persuade	.132	.690	.376	.143
8. Government research subsidies for recycling must be	.286	.013	.636	.147
9. Due to the lack of resources, resource conservation and recycling should be	.272	.296	.623	.059
10. Ongoing environmental education from an early age is necessary.	.042	.315	.796	.162
11. In the environmental pollution associated with the media companies should inform consumers.	.197	.381	.611	.118
12. Bicycles instead of cars, public transport, walking should be used.	.153	.266	.071	.831
13. Buy on impulse to buy things such as unnecessary and should be avoided.	.190	-.007	.232	.808
Eigenvalue	2.531	2.428	2.355	1.558
Pct of variable	19.469	18.674	18.113	11.982
Cum pct	19.469	38.143	56.256	68.238
Cronbach's α	0.804	0.843	0.756	0.633

평균 3.82(5점 만점)정도로 보통을 좀 상회하였고 하위영역별로 보았을 때 환경보전의식이 가장 높은 반면 환경보존 참여의식이 가장 낮게 나타나 대학생을 대상으로 연구한 Kim (2005)의 연구결과와 일치하는 것으로 나타났다(<Table 7> 참조).

한편 중국소비자들의 경우 전반적인 녹색소비의식 수준은 평균 4.15(5점만점)로 비교적 높게 나타났고 하위영역별로 보았을 때 중국 또한 한국과 마찬가지로 환경보전의식이 가장 높은 반면 환경보존 참여의식이 가장 낮게 나타나 양국 모두 환경보전을 위한 직접적 참여에 적극성이 결여되었음을 볼 수 있다. 한국과 중국의 녹색소비의식 하위문항 중에서는 '어릴 때부터 지속적인 환경교육이 필요하다'가 한국 평균 4.37, 중국 평균 4.68로 가장 높게 나타났고 반면 '환경보호단체에 가입할 의향이 있다'가 한국의 경우 평균 3.05, 중국의 경우는 평균 3.78로 가장 낮게 나타났다.

한국과 중국소비자의 전반적인 녹색소비의식의 차이를 파악한 결과 통계적으로 유의한 차이를 보였으며, 한국소비자에 비해 중국소비자가 녹색소비의식이 더 높은 것으로 나타났다. 하위영역별로 보면 자원관리의식, 환경보존참여의식, 환경보존의식, 자원절약의식 등의 모든 영역에서 유의한 차이가 나타났으며 네 영역 모두 중국소비자의 의식이 더 높게 나타났다.

3) 한·중 소비자의 녹색소비의식에 미치는 제 변수들의 영향

한국과 중국소비자의 녹색소비의식에 영향을 미치는 관련변수들의 상대적인 영향력을 살펴보기 위하여 우선 상관관계를 보았으며, 다중공선성을 고려하여 변수들간에 0.5 수준 이상으로 상관이 높은 변수가 없어 모든 변수를 설명변수로 하였으며, 성별, 연령, 직업, 녹색소비교육경험변수를 가변수(Dummy Variable)화 한 후 중회귀분석을 하였다.

먼저 한국소비자의 녹색소비의식에 영향을 미친 변수를 파악해보면 <Table 8> 전반적인 녹색소비의식에 영향을 미친 변수로는 환경문제관심도($\beta=.42$), 녹색소비정보탐색($\beta=.27$), 주부·무직($\beta=-.20$), 연령(50대)($\beta=.16$)이었으며, 회귀식의 설명력은 56%였다. 즉 환경문제관심도가 높을수록, 녹색소비정보탐색을 많이 할수록, 연령이 20대에 비해 50대일 경우 녹색소비의식이 높았고 반면 사무·서비스직에 비해 주부나 무직일 경우 녹색소비의식이 낮게 나타났다.

하위영역별로 볼 때 한국소비자들의 자원관리의식에 영향을 미친 변수로는 환경문제관심도($\beta=.53$), 주부·무직($\beta=-.19$), 녹색소비교육경험(무)($\beta=-.18$)으로 나타났고 회귀식의 설명력은 40%로 나타났다. 환경문제관심도가 높을수록 자원관리의식이 높았고 반면 주부·무직인 경우와 녹색소비교육경험이 없는 경우는 자원관리 의식이 낮게 나타났다.

환경보존참여의식에 영향을 미친 변수로는 환경문제관심도($\beta=.42$), 녹색소비정보탐색($\beta=.27$), 주부·무직($\beta=-.20$), 연령

Table 7. Green Consumption Awareness Level

		Korean	Chinese	t-value
		M	M	
Resource management awareness	Used products or recycled products should be used actively.	4.01	3.92	0.88
	Green products must know how to distinguish whether any.	3.94	4.40	-4.95***
	Want to consume the product and not have any impact on the environment should be considered in advance.	3.78	3.79	-0.07
	Economically beneficial, but the environment must be considered.	3.61	3.83	-2.15*
	Total	3.85	3.99	-2.13*
Environmental participatory awareness	Educate consumers about environmental issues are willing to participate if there is.	3.24	3.90	-5.94***
	Environmental Protection Agency is willing to join.	3.05	3.78	-6.38***
	Pollution not buy products that people are willing to actively persuade.	3.43	3.89	-4.33***
	Total	3.24	3.86	-6.48***
Environmental preservation awareness	Government research subsidies for recycling must be.	3.99	4.49	-5.19***
	Due to the lack of resources, resource conservation and recycling should be.	4.19	4.65	-6.03***
	Ongoing environmental education from an early age is necessary.	4.37	4.68	-3.77***
	In the environmental pollution associated with the media companies should inform consumers.	4.20	4.66	-5.23***
Total	4.19	4.62	-6.49***	
Resource conservation awareness	Bicycles instead of cars, public transport, walking should be used.	3.88	3.91	-0.30
	Buy on impulse to buy things such as unnecessary and should be avoided.	3.99	4.07	-0.81
	Total	3.93	3.99	-0.64
Total	3.82	4.15	-5.28***	

* $p < .05$, *** $p < .001$

(50대)($\beta=.16$)으로 나타났다. 즉 환경문제관심도와 녹색소비 정보탐색이 높을수록, 20대에 비해 50대인 경우 환경보존참여의식이 높게 나타났으며, 반면 주부·무직인 경우는 사무직·서비스직보다는 환경보존참여의식이 낮게 나타났다. 회귀식의 설명력은 54%로 나타났다.

환경보존의식에 영향을 미친 변수로는 환경문제관심도($\beta=.52$), 녹색소비교육의 필요성($\beta=.19$)으로 나타났고 제 변수들의 종속변수에 대한 설명력은 45%로 나타났다. 즉 환경문제관심도와 녹색소비교육의 필요성을 높게 인식할수록 환경보존의식이 높게 나타났다.

자원절약의식에 영향을 미친 변수로는 환경문제관심도($\beta=.40$), 월평균소비액($\beta=-.38$), 녹색소비교육의 필요성($\beta=.22$),

성별(여자)($\beta=.18$)이었고 회귀식의 설명력은 34%로 나타났다. 즉 환경문제관심도와 녹색소비교육필요성을 높이 인식할수록, 여자인 경우에 자원절약의식이 높게 나타났고 반면 월평균소비액이 높을수록 자원절약의식은 낮게 나타났다.

다음으로는 중국소비자의 녹색소비의식에 영향을 미치는 변수를 파악해 보고자 한다(<Table 9> 참조). 중국소비자의 전반적인 녹색소비의식에 영향을 미친 변수들로는 환경문제관심도($\beta=.41$), 녹색소비교육 참여의향($\beta=.21$), 녹색소비정보탐색($\beta=.20$)이었으며, 회귀식의 설명력은 40%였다. 즉 환경문제관심도가 높을수록, 녹색소비교육 참여의향이 높을수록, 녹색소비정보탐색을 많이 할수록 녹색소비의식이 높았다.

Table 8. Variables that Affect Green Consumption Awareness of Korean Consumers

	Resource management awareness	Environmental participatory awareness	Environmental preservation awareness	Resource conservation awareness	Total
	B(β)	B(β)	B(β)	B(β)	B(β)
Gender: female	-.02(-.02)	.18(.10)	-.04(-.03)	.29(.18)*	.18(.10)
Undergraduate	-.03(-.02)	-.05(-.02)	.11(.06)	-.11(-.05)	-.05(-.02)
Occupation Professionals · management	-.06(-.04)	-.08(-.05)	-.26(-.19)	-.18(-.11)	-.08(-.05)
Socio-economic variables Housewife · Inoccupation	-.37(-.19)*	-.51(-.20)*	-.31(-.15)	-.28(-.12)	-.50(-.20)*
Age:50s	.11(.08)	.28(.16)*	-.10(-.08)	.28(.17)	.28(.16)*
Educational level	-.04(-.04)	-.12(-.09)	-.03(-.03)	-.02(-.02)	-.12(-.09)
Monthly average income	.00(-.09)	.00(.11)	.00(.14)	.00(.10)	.00(.11)
Monthly average consumption	-.00(-.01)	-.00(-.13)	-.00(-.22)	-.00(-.38)**	-.00(-.14)
Environmental problems concern	.54(.53)***	.55(.42)***	.54(.52)***	.48(.40)***	.55(.42)***
Green consumption information search	-.09(-.10)	.32(.27)***	-.13(-.13)	-.18(-.16)	.32(.27)***
Green Consumption Education No experience	-.32(-.18)*	.14(.07)	-.11(-.07)	-.01(-.02)	.14(.07)
Needed	.12(.11)	.02(.12)	.20(.19)*	.28(.22)*	.02(.02)
Intention of participating	.04(.05)	.16(.13)	.09(.09)	.07(.06)	.16(.13)
R ²	.40	.54	.45	.34	.56
Constant	2.07	-.13	2.08	1.74	1.52
F-value	7.00***	12.11***	8.68***	5.43***	13.71***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Reference of variable : gender(male), age(20s), occupation(office workers · Service occupations), Green consumption educational experience(experience)

하위영역별로 볼 때 중국소비자들의 자원관리의식에 영향을 미친 변수로는 환경문제관심도($\beta=.34$), 녹색소비정보탐색($\beta=.18$)이었으며, 회귀식의 설명력은 32%로 나타났다. 즉 환경문제관심도와 녹색소비정보탐색이 높을수록 자원관리의식이 높게 나타났다.

환경보존참여의식에 영향을 미친 변수로는 환경문제관심도($\beta=.36$), 녹색소비정보탐색($\beta=.28$), 전문직 · 관리직($\beta=.17$)으로 나타났다. 회귀식의 설명력은 37%로 나타났다. 즉 환경문제관심도와 녹색소비정보탐색정도가 높을수록 환경보존참여의식이 높게 나타났고 반면 전문직 · 관리직인 경우는 사무직 · 서비스직보다는 환경보존참여의식이 낮게 나타났다.

환경보존의식에 영향을 미친 변수로는 환경문제관심도($\beta=.34$), 월평균소비액($\beta=-.27$), 월평균소득액($\beta=.25$)으로 나

타났고 제 변수들의 종속변수에 대한 설명력은 28%로 나타났다. 즉 환경문제관심도와 월평균소득액이 높을수록 환경보존의식이 높게 나타났고 반면 월평균소비액이 높을수록 환경보존의식은 낮게 나타났다.

자원절약의식에 영향을 미친 변수로는 연령(50대)($\beta=.25$), 녹색소비교육 참여의향($\beta=.22$)으로 나타났으며, 회귀식의 설명력은 20%로 나타났다. 즉 연령이 20대에 비해 50대인 경우, 그리고 녹색소비교육 참여의향이 높을수록 자원절약의식이 높게 나타났다.

즉 한국과 중국소비자의 녹색소비의식에 영향을 준 변수로는 환경문제관심도와 녹색소비정보탐색이 중요한 변수로 나타났다. 즉 양국모두 환경문제관심도가 높고 녹색소비정보탐색정도가 높을수록 녹색소비의식이 높음을 알 수 있었다.

Table 9. Variables that Affect Green Consumption Awareness of Chinese Consumers

		Resource management awareness	Environmental participatory awareness	Environmental preservation awareness	Resource conservation awareness	Total
		B(β)	B(β)	B(β)	B(β)	B(β)
Socio-economic variables	Gender: female	.07(.05)	.18(.11)	.13(.14)	.06(.04)	.11(.11)
	Undergraduate	.15(.06)	.15(.05)	-.11(-.07)	.46(.15)	.11(.06)
	Professionals · management	-.02(-.01)	-.33(-.17)*	.13(.12)	.18(.09)	-.01(-.01)
	Housewife · Inoccupation	-.32(-.15)	-.19(-.07)	-.08(-.05)	.23(.09)	-.13(-.08)
	Age:50s	-.07(-.05)	-.05(-.03)	-.06(-.07)	.40(.25)**	.01(.01)
	Educational level	-.05(-.05)	-.01(-.00)	.10(.12)	.21(.14)	.05(.05)
	Monthly average income	.00(.10)	.00(.04)	.00(.25)**	.00(.04)	.00(.14)
	Monthly average consumption	.00(.04)	.00(.07)	-.00(-.27)**	-.00(-.19)	-.00(-.08)
	Environmental problems concern	.29(.34)***	.37(.36)***	.19(.34)***	.16(.16)	.26(.41)***
	Green consumption information search	.16(.18)*	.30(.28)**	-.00(-.01)	.13(.12)	.13(.20)*
Green Consumption Education	No experience	-.07(-.05)	.01(.00)	.05(.06)	.19(.12)	.03(.03)
	Needed	-.09(-.08)	-.13(-.09)	-.03(-.04)	-.12(-.09)	-.09(-.10)
	Intention of participating	.15(.17)	.15(.13)	.08(.13)	.25(.22)*	.14(.21)*
R ²		.32	.37	.28	.20	.40
Constant		2.31	1.32	2.08	1.75	2.36
F-value		4.96***	6.20***	4.12***	2.68**	6.99***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Reference of Variables: gender(male), age(20s), occupation(office workers · Service occupations), Green consumption, educational experience(experience)

V. 결론 및 제언

본 연구는 한국과 중국 소비자의 녹색소비의식의 비교분석을 통해 한국과 중국소비자의 녹색소비 수준을 높이기 위한 방안을 제시 하고자 한다.

연구의 결과를 기초로 결론 및 제언을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 중국소비자가 한국소비자에 비해 녹색소비관련 정보탐색을 많이 하고 있었으며, 또한 한국소비자와 중국소비자 모두 방송매체를 통한 녹색소비 정보탐색을 많이 하고 있었다. 한국은 학교교육을 통한 정보탐색이 가장 낮은 반면 중국은 정부나 소비자단체에서의 정보탐색수준이 가장 낮은 것으로 나타났다. 따라서 한국의 경우는 초등학교부터 체계적으로 학교교육 속에서 녹색소비와 관련된 다양하고 새로운 환경변화가 반영된 녹색소비 정보에 대한 수용을 위하여

학교 교육과정 및 경험 속에 다양한 홍보와 교육방법이 필요하다. 또한 한국, 중국소비자 모두 방송매체를 통한 정보탐색을 가장 많이 하고 있었으므로 소비자들이 녹색소비에 대한 관심을 유발시키고 적극적이고 올바른 녹색소비행동을 유도할 수 있도록 방송에서의 녹색소비와 관련하여 다양한 내용의 녹색소비교육이 이루어져야 한다.

둘째, 한국과 중국 소비자 모두 녹색소비교육 경험이 없는 경우가 많았다. 실제 녹색소비교육은 녹색소비의식을 향상시키고 이를 통해 행동을 유도할 수 있으므로 녹색소비교육이 적극적으로 이루어져야 한다. 또한 녹색소비교육에 있어 한국소비자의 경우 사회단체 및 민간기구에서 교육 받기를 가장 원하였고 중국은 정부를 통해 소비교육을 받기를 가장 많이 원하고 있다. 특히 중국은 사회구조적인 문제상 환경단체와 같은 시민 단체 활동이 어려우므로 지역적으로 환경의식 개선을 도울 기관과 정보를 교류할 수 있는 체제를 마련하고 국민들의 환경보호 참여를 이끌어 낼 수 있는(Lee, 2010)

녹색소비교육이 이루어져야 할 것이다. 또한 양국 모두 어릴 적부터 지속적인 환경교육의 필요성을 가장 높게 인식하고 있음을 볼 때 환경교육은 학교교육 속에서 체계적이고 심도 있는 내용으로 지속적으로 이루어져야 함을 알 수 있었다. 아울러 녹색소비교육에 대한 필요성은 한국과 중국소비자 모두 상당히 높게 인식하고 있었다. 따라서 환경을 생각하는 녹색소비의식을 발전시킬 수 있도록 좀 더 실용적이고 실생활과 연관성 있는 학습으로 발전되어야 하겠다.

셋째, 한국과 중국소비자 모두 녹색소비의식 중 환경보존 참여의식이 가장 낮은 것으로 나타났다. 특히 환경보호단체에 가입할 의향이 가장 낮게 나타나 환경보존에 대한 참여에 소극적인 모습을 볼 수 있다. 실제 소비자 개개인의 환경보존 활동보다는 환경보호단체를 통해 적극적인 녹색소비활동을 실행 할 경우 좀 더 활발한 활동을 할 수 있음에도 불구하고 이에 대한 적극성이 낮음을 볼 때 소비자들은 소비자기본법에도 제시된 것처럼 쾌적한 소비생활 환경에서 생활할 권리와 함께 자원절약적이고 환경친화적인 소비생활을 함으로써 소비생활의 향상과 합리화에 적극적인 역할을 할 책임을 갖고 행동할 수 있도록 녹색소비관련 환경단체에 적극적으로 참여하여 활발한 녹색소비활동을 이룰 수 있는 기회가 더욱 많이 제공되어야 한다. 그러기 위해서는 소비자단체 및 환경단체별 다양한 녹색소비 교육내용과 정보제공이 이루어져야 하며, 아울러 소비자들이 환경단체에 쉽게 참여할 수 있는 접근성을 높이기 위한 방안이 필요하다. 또한 녹색가치와 녹색실천의 사회전반적인 확산을 위해서는 의식화 전략도 수반되어야 하며, 특히 녹색소비활동을 조직하고 활동함으로써 시민 소비자가 집합적으로 활동에 연루될 수 있는 거시적인 기회를 제공하도록 하여야 한다(정순희, 2010).

넷째, 한국과 중국의 소비자들은 녹색소비의식을 제고시키는 데 환경문제관심도와 녹색소비정보탐색이 중요한 변수임이 나타났다. 물론 과거에 비해 환경문제의 심각성에 대한 소비자들의 인식이 높아지고 있지만 현재 한국과 중국소비자들의 환경문제에 대한 관심을 제고 시키는 노력이 더욱 필요하다. 한편 녹색소비에 대한 정보를 탐색하는 정도는 절대적 수준에 볼 때 낮게 나타난 편이라고 볼 수 있으므로 녹색소비에 대한 의식제고를 위해서는 소비자들은 다양한 경로의 정보원천을 이용하여 녹색소비와 관련하여 환경마크, 녹색정보 관련사이트, 탄소성적표지제 등의 정확하고 충분한 내용의 녹색 정보를 적극적으로 탐색하기 위한 노력이 요구된다. 또한 녹색상품을 개발하고 생산하는 기업에서는 소비자들의 녹색소비를 유도할 수 있도록 소비자들이 요구하는 녹색소비자정보가 무엇인지를 파악하여 이를 기초로 녹색상품과 관련된 신뢰성 있는 정보를 제공할 수 있도록 하여야 하며, 환경에 대한 지속적인 관심을 유발시키고 환경관련 전문적인 정보를 소비자들에게 제공할 수 있는 노력이 함께 요

구된다.

본 연구를 토대로 후속 연구를 위한 제언을 하면 다음과 같다. 본 연구는 한국 서울과 중국 소주에 거주하는 20대와 50대소비자만을 대상으로 하였기 때문에 한국, 중국 모든 지역과 연령층의 소비자에게 일반화하여 해석하는데 한계가 있다. 따라서 후속 연구에서는 소비자의 범위를 확대하여 다양한 지역과 연령을 포함하는 광범위한 조사가 필요하겠다.

REFERENCE

- 김기욱 · 김난도 · 이승신(2004). **디지털사회의 소비자정보론**. 서울:시그마프레스.
- 김영신(2009). 소비자 참여 없으면 녹색성장도 없다, 중앙일보 2009.12.5, P37.
- 계선자 · 유경아(2009). 청소년의 환경친화적 소비의식과 소비 행동에 관한연구. **한국가족자원경영학회 2009년도 추계학술대회집**, 71-85.
- 곽유미(1999). 환경친화적 소비태도 및 소비행동, 목포대 석사 학위논문.
- 노정구(2005). 녹색소비자의 라이프스타일에 따른 환경의식적 소비행동. *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 7(3), 997-1011.
- 녹색성장위원회(2009). 녹색성장교육 활성화방안. 제 5차 녹색성장위원회자료.
- 문화일보(2011). 中 고속성장 따른 환경오염 심화...인접국 직격탄. 2011. 6. 17. <http://www.munhwa.com>
- 박명희(2009). 녹색성장-소비에서 의식주까지 바꾸는 생활 혁명 어떻게 바꿀 것인가? :생활과학자들의 역할-녹색가정 · 녹색생활: 생활과학의 관점에서 본 새로운 생활양식. 2009년 대한가정학회 제 62차 추계학술대회집, 127-140.
- 박미정(2009). 가정교과에서 녹색성장교육의 실천적 적용연구. -녹색가정 · 녹색생활: 생활과학의 관점에서 본 새로운 생활양식. 2009년 대한가정학회 제 62차 추계 학술대회 집 127-140.
- 박한진(2006). 그린피스-중국소비자 환경의식 높아. KOTRA.
- 배순영(2010). 녹색소비 관련 2010년 전망 및 동향. 소비자정책 동향, 9호.
- 이정전(2009). 녹색성장과 국토관리 전략-녹색경제와 국토관리 전략. 국토연구원, 327, 20-28.
- 정순희(2010). 녹색사회를 위한 녹색소비 실천:녹색사회, 소비자는 어떻게 변화하는가?. **기술과 미래**, 3/4월호, 4-7.

- 채정숙 · 김정숙 · 유두련 · 김정희 · 박명숙(2008). **소비자주권시대의 소비자교육**. 서울:신정.
- 최경하(2009). 그린소비자의 환경의식 및 소비행동 분석과 라이프스타일 특성에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 한국소비생활연구원(2010). 녹색소비생활, 아직은 걸음마 수준. **월간소비자**, 10월호.
- 한국소비자원(2009). 대한민국 소비자리더 110명의 녹색성장 · 녹색소비 의견조사. **한국소비자원 정책자료**.
- 허경옥(2009). 녹색소비 정착을 위한 방안 모색-녹색가정 · 녹색생활: 생활과학의 관점에서 본 새로운 생활양식-. **2009년 대한가정학회 제 62차 추계학술대회집**, 127-140.
- 허주영(2008). 서울시민의 환경의식과 환경행동. **경희대학교 대학원 석사학위논문**.
- 환경부(2008). 환경보전에 관한 국민의식조사.
- Bae, S.(2011). A study on sustainable consumption action plan evaluate and develop-for the 2nd consumer policy package('12-'14)-. *Journal of Consumer Policy Studies*, 40, 159-185.
- Baik, Y.(2007). *A study on the well-being trend in contemporary fashion & design*. Unpublished master's thesis. Chung Ang University, Seoul.
- Choi, K. & Joung, S.(2010). A qualitative research on the characteristics of green consumer. *Journal of Korean Home Management Association*, 28(5), 183-195.
- Hofstede, G.(1997). *Cultures and organizations: software of the mind*. N.Y. : McGraw-Hill.
- Kim, K. & Kye, S.(2010). *A study on the relationship between pro-environmental consumption consciousness and Resource saving behavior of university students*. *Korean Family Resource Management Association*, 14(4), 173-191.
- Kim, K.(2005). *A study on the relationship between pro-environmental consumption consciousness and behavior of university students*. Unpublished master's thesis. Sookmyung Women's University, Seoul.
- Kim, M.(2010). *Analysis of contents of green consumption for the revised 7th national curriculum and adolescents' green consumption behavior*. Unpublished master's thesis. Konkuk University, Seoul.
- Kim, S.(2010). *A study on the environmental consciousness and behaviors of university students for construct eco-campus*. Unpublished master's thesis. University of Seoul, Seoul.
- Kim, Y.(2009). *A study on the relationship between environmental preservation consciousness and clothing attitude & clothing-buying behavior for adolescents*. Unpublished master's thesis. Chonnam National University, Gwangju.
- Kye, S. & Kang, K.(1998). A study on the urban housewives' green-consumption behavior toward their value-orientation. *Korean Family Resource Management Association*, 2(1), 103-117.
- Lee, J.(2008). *A comparative study on impacts of political, economic, social, cultural and international factors on environmental policy in Korea and China*. Unpublished master's thesis. University of Seoul, Seoul.
- Lee, M.(2010). *Korean enterprises' strategy against the change environment policy*. Unpublished master's thesis. Inha University, Incheon.
- Moon, H.(2011). *A study of consumer's willingness to buy green products- focus on the image of green growth corporate by consumers-*. Unpublished master's thesis. KunKuk University, Seoul.
- Noh, J.(1996). A Study on the Relations between Environmentally Concerned Consumption Behavior and Life Style. *Journal of Marketing Management Research*, 12(1), 1-18.
- Oh, S.(2010). *The effect of environmental consciousness and benefit pursued in clothing on selection criteria and purchasing satisfaction of golf wear consumers*. Unpublished master's thesis. Chung Ang University, Seoul.
- Paek, J.(2010). *Effect of the green consumers' education focused on dietary field on elementary school students' environmental awareness & attitude-focused on 5th grade-*. Unpublished master's thesis. Seoul National University of Education, Seoul.
- Park, U.(1995). A study on environmentally conscious consumer behavior, *Korean Home Economics Association*, 33(4), 199-212.
- Peterson, A.(1993). "Ethics Education in family and Consumer Interest", *Publication of the American council in Consumer Interests* 5(1).
- Song, E., Li, J., Kim, K. & Yoo, H.(2011). Consumers' purchase behavior intention after the green washing perception. *Journal of Consumer Studies*, 22(1), 315-339.
- Yoo, H., Lee, E., Kim, K. & Cha, K.(2011). A content analysis of the 'Green' concept through a review of 21 Korean laws. *Consumer Policy And Education*

Review, 7(3), 53-77.

Yoo, K.(2008). *A study on the relationship between pro-environmental consumption consciousness and behavior of high school students.* Unpublished master's thesis. Sookmyung Women's University, Seoul.

- 접수 일 : 2012년 03월 11일
- 심사 일 : 2012년 04월 13일
- 게재확정일 : 2012년 05월 15일