

사회심리적 요인과 윤리적 소비교육 경험이 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 미치는 영향

최경숙*¹⁾

한국소비자교육지원센터*

Influence of socio-psychological factors and educational experience on adolescent consumers' ethical consumption behavior

Choi, Kyoung Sook*¹⁾

*Korea Institute for Consumer Education**

Abstract

The purpose of this study was to explore the levels of ethical consumptions and related variables on ethics of adolescents as consumers. This subjects were 552 middle and high school students.

The research results are summarized as follows.

1. The scores to measure ethical consumptions level of the adolescents was ranged from 2.87 to 3.08, which were relatively low.

2. The ethical consumptions(fair-trade product consumption, donation and giving, local consumption and eco-friendly consumption) in demographic variables were found to have significant differences depending on their religion, perceived social class, father's education and mother's education.

3. The result of hierarchical regression analysis indicated that consumer education experience, the eco-friendly values, materialism, saving, experiencing mass media on affecting the fair-trade product consumption. The major variables affecting the ethical consumptions in the donation and giving were materialism, consumer education experience, experiencing mass media and the eco-friendly values. The significant variables affecting the local consumption were the eco-friendly values, consumer education experience, materialism, experiencing mass media and saving. The major variables affecting the eco-friendly consumption were the eco-friendly values materialism.

Key words: 윤리적 소비(ethical consumption), 공정무역제품 소비(fair-trade product consumption), 기부와 나눔(donation and giving), 로컬소비(local consumption), 환경친화적 소비(eco-friendly consumption)

1) 교신저자: Choi, Kyoung Sook, 12 Mapodae-ro, Mapo-gu, Seoul, Korea Institute for Consumer Education, Republic of Korea
Tel: 02-887-3230, Fax: 02-713-8605, E-mail: cks@dongguk.edu

I. 서론

현대 소비사회는 각종 환경문제, 자원고갈, 생태위기에 직면하면서 기존의 소비자 행동에 대한 문제를 심각하게 되었고, 이러한 문제의 해결을 위하여 소비생활에서의 윤리적 측면에 관심이 집중되고 있다. 지속가능한 소비사회를 확립하기 위해서는 기존의 개인적이고 현재중심적인 소비행동이 아닌 타인과 사회, 환경에 대한 책임감 있는 소비행동으로의 변화가 요구되는 것이다. 소비자 스스로가 사회적 책임을 인식하고 생활 속에서 윤리적 소비를 실천하는 것을 권장하고 있으며, 이에 대한 필요성이 제기되고 있다.

윤리적 소비는 과거 가격 대비 품질을 따지는 소비에서 이웃과 환경을 생각하며 좋은 뜻으로 정당한 대가를 주고 사회적으로 가치를 고려하는 소비의 변화를 나타내는 것으로, 소비자가 상품이나 서비스를 구매할 때 윤리적 가치 판단에 따라 의식적인 선택을 하는 것 또는 윤리적으로 올바른 선택을 하는 것을 말한다(Jung, 2012). 저개발국과 노동력을 착취당하는 이들에 대한 관심으로 공정무역 상품을 구매하고, 지구온난화나 환경오염 등을 고려해 친환경마크가 부착되거나 이동거리가 적은 지역농산물을 구매하며 가급적 물건을 재활용하는 소비습관을 갖는 것 그리고 자원을 절약하고 기증하며 어려운 이와 나누는 삶을 사는 것이 윤리적 소비의 모습으로 나타난다. 윤리적 소비로의 전환은 기업의 사회적 책임에 따른 경영활동 뿐 아니라 소비자 개인의 도덕적 신념에 의한 책임 있는 실천적 윤리적 소비행동을 요구하고 있다(Hong & Shin, 2010).

윤리적 소비행동을 실천하기 위해서는 소비자가 지금까지의 생활습관을 의식적으로 수정해야 하고, 개인의 편익보다 대의를 위하여 불편함을 감내해야하므로, 소비자 사회심리적인 요인이 중요하게 작용한다(Hong & Shin, 2010). 재화에 대한 강한 욕망으로 정신적인 것보다 물질적인 것을 추구하는 물질주의는 비윤리적 소비행동과 관련이 있는 것으로 나타나며(Song & Jae, 2006; Lee & Noh, 2007; Park, 2012), 실용주의보다 이상주의 기준을 적용하여 타인에게 해를 끼치지 않는 도덕적 이상주의는 윤리적 소비행동과 연관이 있는 것으로 보고된다(Jae et al., 2004; Jae & Robert

2007; Hong & Shin, 2010). 그리고 소비자에게 내재되어 있는 소비가치는 선택행동의 내적 기준이 되며, 옳고 그름의 판단이 되어 윤리적 소비행동에 영향력을 행사하게 된다(Lee & Seo, 2012; Huh & Kim, 2012).

윤리적 소비행동으로의 전환을 위해서는 윤리적 소비교육 경험 또한 중요하게 부각되고 있다. 가정, 학교, 사회에서의 윤리적 소비자교육 경험은 윤리적 소비행동으로 이끌게 하는 의미 있는 영향 요인으로 나타나고 있다(Kim, 2006; Hong & Shin, 2010; Jung, 2012). 그리고 윤리적 소비행동으로의 전환점이 된 계기로 TV나 라디오, 신문 및 인터넷 기사 등의 대중매체를 통한 정보 습득이 중요한 요인으로 보고되고 있다(Kim, 2009; Hong & Shin, 2010)

윤리적 소비행동의 정착과 확산은 지속적이고 장기적인 관심을 요구하기 때문에 미래 중추적인 소비자 역할을 담당할 청소년들이 윤리적 소비에 대하여 올바른 가치관과 태도를 형성하고 이를 생활 속에서 실천하도록 지도하는 것은 매우 의미 있는 일이다. 청소년기는 아동에서 성인기로 이행하는 과도기로 소비에 필요한 가치, 태도, 기능을 개발해 나가게 되는데, 아동기의 단순한 소비행위로부터 완전한 성인으로서의 독자적인 소비행태를 가지게 됨으로써, 청소년기의 소비관련 경험들은 성인이 될 때까지 지속되어 성인 소비자의 행동을 결정하게 된다(Rhee & Kim, 2012). 특히 가정 내 소득수준이 지속적으로 향상됨에 따라 청소년의 자유재량 소비액이 증가하고 있고, 소비행동 영역과 비중이 확장되면서 이들의 소비행동이 중요하게 부각되고 있다(Jung, 2012). 그러므로 청소년 소비자들을 지속가능한 소비환경의 현명한 소비자로 육성하기 위해서는 그들이 올바른 소비가치관을 정립하고 성숙한 소비자로서 바람직한 소비생활 양식의 기틀을 마련할 수 있도록 청소년 윤리적 소비행동을 파악하여 적절한 소비 교육과 생활지도가 이루어질 필요가 있다. 그러나 지금까지 연구의 대부분은 성인과 대학생을 대상으로 이루어짐으로써 소비의 주요 주체로 급부상하고 있는 청소년에 대한 윤리적 소비 행동에 대한 연구는 미흡하게 이루어져 왔다. 청소년 소비자의 윤리적 의식을 파악한 연구(Kim, 2012), 청소년의 구매윤리 및 비윤리적 소비행동에 영향을 미치는 가치요인을 규명한 연구(Shin, 2000; Park, 2012), 윤리적 소비행동에 대한 윤리적

교육의 영향력과 의생활 윤리교육 프로그램의 효과성을 분석한 연구(Jung, 2012; Jeon, Jung, & Oh, 2013) 등이 수행되어 왔다.

이에 본 연구는 중고등학교 청소년들을 대상으로 윤리적 소비행동 경향을 알아보고, 사회심리적 요인과 윤리적 소비교육 경험이 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 미치는 영향력을 살펴보고자 한다. 청소년을 대상으로 윤리적 소비행동(공정무역 제품 소비, 기부와 나눔, 로컬소비, 환경친화적 소비)의 실태와 관련 요인과의 관계를 살펴보는 것은 청소년의 윤리적 소비행동을 함양하고 정착하는 방안에 유용한 정보와 방향성을 제시할 것으로 사료된다. 본 연구의 결과는 현 중고등학교 청소년기의 윤리적 소비행동에 대한 구체적인 이해와 함께 윤리적 소비 실천행동의 지도와 운영 지침에 의미 있는 교육 자료로 제공될 것이다.

II. 이론적 배경

1. 윤리적 소비의 개념과 행동영역

일반적으로 윤리적 소비는 개인의 만족뿐 아니라 환경과 사회에 미치는 영향을 고려하여 일상생활에서 환경과 사회에 바람직한 방향으로 소비하는 행위를 일컫는다. 이처럼 환경친화적 소비에서 윤리적 소비로 더 넓은 범위의 윤리적 주제로 확대된 것은 중요한 의미를 가진다(Shaw & Clarke, 1999). Cowe와 Williams(2001)는 상품이나 서비스를 선택할 때 환경적 또는 윤리적인 고려를 하는 소비를 윤리적 소비로 보았으며, Crane과 Matten(2004)은 ‘개별적 도덕적 신념에 의한 소비 선택을 하는 의식적이고 신중한 선택이 윤리적 소비’라고 언급하였다. Harrison 외(2005)는 윤리적 소비를 윤리적 구매행동에 초점을 두어 분류하였는데, 비윤리적 기업의 제품을 구매하거나 이용하지 않는 ‘불매운동’, 윤리적 상품을 적극 이용하는 ‘적극적 구매 운동’, 상품 및 기업에 대해 윤리적으로 평가 및 비교한 정보를 이용하는 ‘철저히 조사된 제품구매’, 생산자, 판매자에게 소비자의

윤리적 필요에 대해 교육하려고 노력하며 그들에게 윤리적 제품을 생산, 판매할 수 있도록 요청하는 ‘생산 판매자와의 관계’, 지속가능하지 않는 상품을 피하고 가능한 DIY(do it yourself)상품을 이용하는 ‘지속가능한 소비’로 구분하였다.

Hong과 Song(2010)은 윤리적 소비를 ‘소비자의 개별적, 도덕적 신념에 따라 사회적 책임을 실천하는 소비행동’으로 정의하고, 윤리적 소비행동을 ‘소비과정’과 ‘사회적 책임’에 따라 분류하였다. 소비과정에 따른 윤리적 소비행동은 자원배분행동(윤리적 투자, 나눔과 기부), 구매행동(친환경적 상품구매, 공정무역 상품 구매, 로컬 구매 등), 사용행동(에너지, 물 절약), 처분행동(분리수거, 쓰레기 줄이기) 그리고 소비 전 과정의 자발적 간소화로 나누며, 사회적 책임은 경제적 책임, 법적 책임, 지속가능한 소비의 책임, 동시대 인류를 위한 책임으로 분류하였다. Hong과 Shin(2010)은 윤리적 소비를 개인의 소비생활이 자신과 타인, 사회와 자연환경을 존중하고 배려하는 선한 행위로 정의하고, 윤리적 소비 행동 영역을 크게 3가지로 바라보았다. ‘상거래에서의 윤리적 소비’는 속임, 손상, 오용, 불법을 의미하며, ‘동시대 인류를 위한 윤리적 소비’는 공정무역 제품소비, 기부와 나눔 소비, 사회의식적 소비, 로컬소비를 나타내며, ‘미래세대를 위한 윤리적 소비’는 녹색구매, 녹색사용, 녹색처분, 절제와 간소한 삶을 포함하고 있다.

이상의 선행연구들을 통해 본 논문에서는 윤리적 소비를 소비자의 개인적 도덕적 신념에 근거하여 내리는 소비선택으로 자신과 타인, 사회와 환경을 고려하여 사회적 책임을 실천하는 소비행동으로 보았으며, 구체적인 행동 영역은 소비과정에서 나타나는 자원배분과 구매, 사용, 처분행동의 윤리적 소비행동인 ‘공정무역 제품 소비’ ‘기부와 나눔’ ‘로컬소비’ ‘환경친화적 소비’에 중점을 두고 살펴보았다.

공정무역과 관련하여 이루어진 연구들을 살펴보면, 공정무역제품을 구매하는 소비자의 특성을 분석하는 연구(Loureiro & Lotade, 2004; Kim, Song & Lee, 2009; Cha & Ha, 2010), 윤리적소비의 일환으로 공정무역제품의 관련변인 파악(Hong & Shin, 2010; Ryu & Lee, 2013)이나 구매태도 및 구매의도에 관한 연구(Huh, 2011; Hong, 2012; You, 2012), 공정무역 제품의 소비를 활성화하기 위한 방안에 관한 연구(Seo, 2011) 등이 이루어져 왔다. 이상의 연구들에서

‘공정무역 제품 소비’의 의미를 정의하자면, 공정한 거래를 통해 가난한 나라의 생산자들이 정당한 대가를 받을 수 있도록 하는 것으로 청소년들이 제품 구매 시 노동의 인권에 관심을 가지고 가능한 공정무역제품을 구매하고자 노력하는 것을 의미한다.

기부와 관련한 연구는 기부 의도, 기부 행동 등 기부 형태에 영향을 미치는 요인에 관한 연구가 주를 이루고 있으며 (Park & Park, 2013), 윤리적 소비행동으로 기부와 나눔을 Hong과 Shin(2010)의 연구에서는 구분하고 있으며 Jung (2012)의 연구에서 기부와 나눔에 영향을 미치는 윤리적 교육의 영향력을 분석하고 있다. 이상의 연구들에서 ‘기부와 나눔’의 의미를 살펴보자면 자신의 자원을 대가 없이 기꺼이 주거나 함께 공유하는 것으로 불우한 단체나 이웃 등을 돕거나 기부를 하고, 재난민을 도우며, 알뜰시장이나 베품 시장에 기증을 하는 행동을 의미한다.

로컬소비와 관련한 연구는 주로 로컬푸드를 중심으로 소비자의 이용 특성과 영향력을 중심이루어지고 있으며(Lee & Park, 2014), Hong과 Shin(2010)의 연구와 Huh와 Kim(2012)의 연구에서 윤리적 소비행동의 영역으로 로컬소비를 구분하고 있다. 이 연구들에서 ‘로컬소비’는 온난화 감소와 지역경제 활성화를 위해 그 지역에서 생산되는 제품을 가능한 그 지역에서 소비하는 것으로 사는 지역에서 생산한 물건에 관심을 가지고 구매하려는 것을 의미한다.

환경친화적 소비는 환경문제의 심각성을 인식하면서 윤리적 소비의 영역 중 가장 널리 알려져 있는 소비행동으로 녹색소비 혹은 환경친화적 소비라는 용어로 사용되고 있다 (Chun, Hong, Yoon & Song, 2010). 청소년을 대상으로 한 환경친화적 소비행동과 관련한 연구들(Shin, 1993; Kim, 1997; Oh & Kim, 2009; Kye & Yoo, 2010)에서 ‘환경친화적 소비’는 소비의 결과가 환경에 미치는 영향을 고려하여 행동하는 것으로 청소년들이 친환경마크를 확인하거나 재활용 제품을 사며, 가능한 일회용 제품을 사용하지 않는 것을 의미한다.

2. 사회심리적 요인 및 윤리적 소비교육 경험과 윤리적 소비행동

1) 사회심리적 요인과 윤리적 소비행동

본 연구에서는 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 사회심리적 요인을 물질주의, 이상주의, 소비가치로 나누어 살펴보았다.

① 물질주의

물질주의는 재화에 대한 강한 욕망(Mukerji, 1983)으로 물질의 소유가 삶의 중심이 되어 정신적인 것보다 물질적인 것을 추구하는 것을 의미한다. 물질주의는 물질의 소유를 통해 행복을 추구하는 경향(Richins & Dawson, 1992)으로 정의되기도 하나, Holt(1995)는 물질주의는 소유에 중요성을 부여하는 정도로 정의하기보다는 소비하는 방식의 차이로 바라보는 것이 더 타당하다고 하였다. 물질주의 수준이 높은 소비자는 물질에 대한 강한 관심을 가지게 되며 재화의 구매와 사용에 가치를 두며 소비지향적인 쾌락주의로 나타날 수 있다(Song, 1991).

대부분의 연구에서 물질주의의 가치수준이 낮을수록 윤리적 소비에 대한 지각 수준이 높고, 윤리적 소비행동을 많이 하는 것으로 나타나므로(Song & Jae 2006; Lee & Noh, 2007; Jae & Robert, 2007; Hong & Shin, 2010), 본 연구에서도 청소년의 물질주의의 가치관은 윤리적 소비행동에 부적 영향을 미치는 요인으로 바라보았다.

② 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, Bass, Brown & Herbert, 1998). 따라서 이상주의가 강한 성향의 사람들은 실용주의적 기준보다 이상주의적 기준을 적용하여 다른 사람을 해롭게 하는 것은 보편적으로 나쁜 것이며 이런 경우는 피해야 한다는 입장을 가지

고 있으며(Forsyth, 1992; Lee & Sirgy, 1999), 이상주의가 약한 사람들은 실용주의의 측면을 강조하여 행동을 판단하는 것으로 나타났다(Forsyth, 1992).

이상주의와 윤리적 소비와의 관계를 살펴보면 이상주의 수준이 높을수록 윤리적 지각 정도가 높고, 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 나타나고 있다(Jae et al., 2004; Jae & Robert 2007; Hong & Shin, 2010). 그러나 이상주의가 윤리적 소비에 영향을 미치지 않는다는 연구결과(Lee & Noh, 2007)도 나타나고 있다. 이에 본 연구에서 청소년의 윤리적 소비에 영향을 미치는 사회심리적 요인으로 이상주의를 포함하여 관계성을 파악해 보고자 한다.

③ 소비가치

가치는 인간행동을 조절하고 인간행동에 영향을 미치는 생각으로 개인이나 집단 혹은 사회가 옳고 바람직하고 중요하다고 여기는 이념이나 원리를 말한다. 소비가치는 소비에 대한 특정가치로 소비자를 구분하는 판단기준으로 사용되어 왔으며(Oh & Kim, 2009), 소비행동에 영향을 미치는 요인으로 제시되어 왔다(Rokeach, 1973; Schwartz & Bilsky, 1987; Dawis, 1991).

Kwon과 Rhee(2000)는 청소년 소비자의 소비가치를 차별성, 과시성, 심미성, 향유성, 절약성, 친환경성으로 보았으며, Oh와 Kim(2009)의 연구에서는 소비가치를 절약성, 과시성, 차별성, 친환경성, 심미·향유성으로 분류하여 환경친화적 소비행동과의 관계를 파악하였다. 그 결과 절약성과 친환경성의 소비가치가 높을수록 환경친화적 소비행동을 많이 하는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과를 통해 소비가치가 윤리적 소비행동의 영향 요인으로 작용하고 있음을 알 수 있다.

2) 윤리적 소비교육 경험과 윤리적 소비행동

청소년 윤리적 소비교육 경험과 윤리적 소비 행동과의 관련 연구들을 살펴보면, Jung(2012)의 연구에서 가정소비자교육과 학교소비자교육을 많이 받을수록 공정무역 제품 소비, 기부와 나눔 소비, 로컬소비를 하며 평소 어려운 사람

을 위한 기부와 함께 나누는 소비를 하고, 가능한 내가 사는 지역에서 생산된 제품을 구매하는 것으로 나타났다. 또한 일상생활에서 환경을 생각하면서 물건이나 에너지를 사용해 소비를 절제하고 간소한 삶을 추구하는 소비행동은 가정소비자교육과 학교소비자교육 그리고 대중매체의 영향력이 큰 것으로 나타났다. 청소년의 환경친화적 소비행동과 관련된 연구들(Shin, 1993; Kim, 1997)에서 환경교육 경험이 많을수록 청소년들의 환경친화적 소비행동이 더 높은 것으로 나타났다. Cha(2000) 연구에서는 청소년 소비자의 환경친화적 소비행동에 영향력 있는 요인으로 부모와 친구, 교사, 대중매체, 시민단체에서 실시하는 소비자환경교육으로 나타났다.

이상의 선행연구들을 통해 윤리적 소비교육 관련 경험이 청소년의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 요인임을 알 수 있다. 이에 본 연구에서는 윤리적 소비교육 관련 경험을 파악하기 위하여 청소년이 가정, 학교, 사회기관에서 윤리적 소비자 교육을 받은 경험과 다양한 영상매체와 디지털 기기에 노출된 청소년 소비자의 특성을 고려하여 대중매체를 통한 윤리적 소비에 대한 접촉 경험으로 나누어 살펴보고자 한다.

3) 인구통계학적 요인과 윤리적 소비행동

청소년의 윤리적 소비행동을 연구한 Jung(2012)의 결과에서 종교가 있는 집단, 계층인식이 상층인 집단, 부의 학력과 모의 학력이 모두 대학원 졸업 이상인 집단이 다른 집단에 비해 동시대인류를 위한 윤리적 소비행동을 하고 있는 것으로 나타났다. 미래세대를 위한 윤리적 소비행동의 경우 종교가 있는 집단, 모의 학력이 대학 졸업인 집단이 다른 집단에 비해 윤리적 소비행동을 더 실천하고 있는 것으로 나타났다. Kang(1993)의 연구에 의하면 부모의 학력과 학년이 높을수록 환경친화적인 소비행동을 하는 것으로 나타났다. 성별에 있어서는 남학생이 환경친화적 소비행동을 더 많이 실천한다는 연구결과와(Kim, 1997; Ahn & Lee, 2010), 남학생보다 여학생이 환경친화적 소비행동을 더 실천한다는 상반된 결과를 보이고 있다(Kim, 2003). 종교 또한 윤리적 소비에 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 종교생활을

하며 자선 및 기부활동 경험이 많을수록 자연스럽게 익숙하게 윤리적 소비를 받아들이는 것으로 나타났다(Kim, 2006; Kim, 2009).

이에 본 연구에서는 윤리적 소비교육 경험과 사회심리적 요인이 청소년의 윤리적 소비행동에 미치는 영향력을 보다 명확하게 확인하고자 인구통계학적 요인인 성별, 학년, 종교, 계층의식, 부모의 학력을 통제변수로 선정하여 분석하였다.

III. 연구 방법

1. 연구문제

이 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

<연구문제 1> 청소년 소비자의 윤리적 소비행동(공정무역 제품 소비, 기부와 나눔, 로컬소비, 환경친화적 소비)의 경향은 어떠한가?

<연구문제 2> 청소년 소비자의 사회심리적 요인과 윤리적 소비교육 경험이 윤리적 소비행동(공정무역 제품 소비, 기부와 나눔, 로컬소비, 환경친화적 소비)에 미치는 영향력은 어떠한가?

2. 연구방법

1) 척도 구성

① 윤리적 소비행동

청소년 소비자의 윤리적 소비행동을 측정하기 위해 Kim (2003), Chun, Hong, Yoon, Song(2010), Hong과 Shin(2010)의 선행연구를 토대로 5점 리커트척도로 24문항을 구성하였다. 청소년 수준의 내용으로 연구자가 수정 보완하였으며 베리맥스(Varimax)방법을 이용한 요인분석을 통해 18문항의 4개 요인으로 도출되었으며 척도의 구체적인 문항은 <Table 1>과 같다. 요인은 요인적재값 0.5와 고유값(Eigen

Table 1. A factor analysis of ethical consumption behavior

Variables	Item	Cronbach's α
Fair-trade product consumption	I prefer consumption helpful for human rights of people who make products.	0.83
	I am interested in who makes products and how products are made when purchasing products.	
	I purchase products such as chocolates, biscuits, pencil cases, and dolls that are fair-trade products(ethical consumerism).	
	I think about child laborers or poor workers who make products in foreign countries when purchasing products.	
	I prefer taking a walk, which is not harmful to the environment, to package tours.	
Donation and giving	I think about the poor or needy when purchasing products.	0.79
	I donate some money every month to certain groups or people.	
	I donate spontaneously to victims of disasters such as typhoons, floods, and earthquakes.	
	I donate goods for yard sales or flea markets.	
Local consumption	I share unnecessary goods that can be used by the poor or needy.	0.78
	I prefer stores (including stationary stores) in my neighborhood to supermarkets.	
	I verify the country of origin (Korea) before purchasing products.	
Eco-friendly consumption	I purchase local products whenever possible.	0.79
	I verify the eco-friendly status of products before purchasing them.	
	I purchase products that produce less CO2 emissions.	
	I purchase renewable school-related products (e.g., recycled paper) whenever possible.	
	I avoid disposable products whenever possible.	
	I use handkerchiefs instead of toilet paper and mugs instead of paper cups whenever possible.	

Value) 1.0기준으로 추출하였으며, 각 각의 신뢰도는 0.7이상으로 나타내었다. 요인1은 공정무역제품 소비, 요인2는 기부와 나눔 소비, 요인3은 로컬소비, 요인4는 환경친화적 소비로 요인적재값이 높은 문항을 중심으로 각 요인을 명명하였다. 각 요인별로 추출된 문항들을 수렴하여 종속변수로 활용하였다.

② 사회심리적 요인

물질주의를 측정하는 척도는 Richins와 Dawson(1992)의 물질주의 가치척도 14문항을 청소년의 수준으로 수정 보완하였으며 신뢰도를 저해하는 5문항을 제거하여 5점리커트 방식의 9문항을 최종 사용하였고 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 0.81로 나타났다. 이상주의는 Vitell, Lumpkin과 Rawwas (1991)이 개발한 척도를 청소년의 수준으로 수정·보완하여 5점리커트 척도로 10문항으로 구성하였으며, 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 0.85로 나타났다.

소비가치를 측정하기 위해서 Kwon & Rhee(2000)의 소비가치 척도 22문항을 사용하였으며 베리맥스(Varimax)방법을 이용한 요인분석을 통해 18문항의 3개 요인으로 도출되었다. 요인은 요인적재값 0.5와 고유값(Eigen Value) 1.0기준으로 추출하였으며, 요인1은 절약성(Cronbach's α=0.80), 요인2는 과시성(Cronbach's α=0.71), 요인3은 환경친화적 가치(Cronbach's α=0.71)로 요인적재값이 높은 문항을 중심으로 각 요인을 명명하였다. 절약성은 자원을 낭비하지 않으며

최대한 활용하는 내용을 설명하고 있으며, 과시성은 값비싼 제품을 소비하는 것을 통해 자신의 지위를 나타내며 타인을 의식하는 내용이며, 환경친화적 가치는 환경과 사회를 먼저 생각하는 환경친화적 특성을 반영한 내용을 포함하고 있다.

③ 윤리적 소비교육 경험

윤리적 소비교육 경험은 크게 가정, 학교, 사회 기관에서의 윤리적 소비자교육 경험을 받은 정도와 대중매체를 통한 윤리적 소비접촉 정도인 두 영역으로 측정하였다. Jung(2012)의 연구를 토대로 가정, 학교, 사회 기관에서 윤리적 소비와 관련된 교육을 받은 경험 유무를 12문항으로 측정하였으며, 대중매체 접촉 정도는 최근 1년 이내에 신문이나 잡지, 소비와 관련된 책, TV나 라디오, 인터넷, 정부·소비자단체의 홍보물이나 포스터를 통해 윤리적 소비와 관련된 내용을 어느 정도 접했는지 경험 유무를 6문항으로 측정하였다.

2) 자료 수집

본 조사에 앞서 2013년 10월 19일부터 30일까지 청소년 소비자 50명을 대상으로 예비조사를 실시하였으며 이 결과를 바탕으로 질문지를 수정·보완하여 본 조사용 질문지를 완성하였다. 본 조사를 위한 자료 수집은 온라인과 오프라

Table 2. General characteristics of the respondents

Variables	Item	N(%)		Variables	Item	N(%)	
Sex	Male	249(45.1)		Religion	No	268(48.6)	
	Female	303(54.9)			Christianity	164(29.7)	
Grade	Junior high school	1	271 (49.1)		Buddhism	71(12.9)	
		2			94(17.0)	Catholics	49(8.9)
		3			119(21.6)	≤High school	301(54.5)
	High school	1	281 (50.9)		Father's education	College graduation	35(6.3)
		2		89(16.1)	University graduation	174(31.5)	
		3		101(18.3)	Graduate school ≤	42(7.6)	
Perceived social class	Upper class		9(1.6)		Mother's education	≤High school	340(61.6)
	Upper-middle class		78(14.1)			College graduation	29(5.3)
	Middle class		251(45.5)			University graduation	161(29.2)
	Lower-middle class		171(31.0)			Graduate school ≤	22(4.0)
	Lower class		43(7.8)				

Table 3. General tendency of socio-psychological factors and educational experience

Variables		Mean	SD
Materialism		3.05	0.74
Idealism		3.06	0.82
Consumer Values	Saving	3.09	0.77
	Conspicuous	3.08	0.81
	Eco-friendly values	3.04	0.75
Consumer education		6.15	0.65
Experiencing mass media		3.24	0.72

인을 병행하여 실시하였다. 오프라인을 통한 자료 수집은 경우 서울과 경기도 지역의 청소년을 대상으로 11월 10일부터 25일까지 300부의 질문지를 중고등학생의 분포를 고려하여 편의표집 하였으며, 온라인을 통한 자료의 수집은 리서치전문기관인 나우엔퓨처(<http://www.nownfuture.co.kr>)에 11월 17일부터 27일까지 중고등학생의 분포를 고려하여 각 200부씩 400부를 수집하였다. 부실응답을 제외하고 총 552부가 최종분석에 사용되었으며 조사대상자의 일반적 특성은 <Table 2>와 같으며, 사회심리적 요인과 윤리적 소비 교육 경험의 일반적 경향은 <Table 3>과 같다.

3) 분석 방법

수집된 자료는 SPSS(Ver. 18.0) 통계패키지를 이용하여 분석하였다. 윤리적 소비행동과 소비가치 척도 구성을 위해 요인분석을 실시하였으며 각 영역의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's α계수를 산출하였다. 연구대상자의 일반적 특성을 분석하기 위해 빈도분석을 실시하였으며 사회심적 요인과 윤리적 소비자교육경험, 청소년 소비자의 윤리적 소비 행동(공정무역 제품 소비, 기부와 나눔, 로컬소비, 환경친화

적 소비)에 관한 일반적 경향을 알아보기 위해 기술통계(평균, 표준편차)를 실시하였다. 그리고 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 요인들을 파악하기 위해 위계적 회귀분석(hierarchical regression analysis)을 실시하였다.

IV. 연구 결과

1. 청소년 소비자의 윤리적 소비행동의 경향

1) 청소년 소비자의 윤리적 소비행동의 일반적 경향

청소년 소비자의 윤리적 소비 행동(공정무역제품 소비, 기부와 나눔, 로컬소비, 환경친화적 소비)에 대한 일반적 경향은 <Table 4>와 같다. 청소년 소비자의 윤리적 소비 행동에 대한 일반적 경향은 5점 만점에 공정무역제품 소비는 평균값이 2.87(SD=0.80), 기부와 나눔 소비는 평균값이 2.61(SD=0.81), 로컬소비는 평균값이 3.07(SD=0.75), 환경친화적 소비는 평균값이 3.08(SD=0.73)으로 나타났다. 환경친화

Table 4. Adolescent consumers' general tendency of ethical consumption

Variables	Mean	SD
Fair-trade product consumption	2.87	0.80
Donation and giving	2.61	0.81
Local consumption	3.07	0.75
Eco-friendly consumption	3.08	0.73
Total	2.91	0.79

적 소비와 로컬소비를 공정무역제품 소비와 기부와 나눔에 비해 상대적으로 많이 하는 것으로 나타났다. 이는 청소년들이 친환경마크를 확인하고 재활용 제품을 사며, 가능한 일회용 제품을 사용하지 않는 환경친화적 소비 행동과 사는 지역에서 생산한 물건을 구매하려는 로컬소비에 대해 더 많이 노출되어 있고 일상생활에서 행해지고 있음을 의미한다. 반면 기부와 나눔은 가장 낮은 소비행동으로 나타났다. 이는 윤리적 소비행동에서 가장 이타적인 성향을 요구하는 것으로 청소년들이 아직 타인을 위해 대가 없이 기증하고 함께 공유하는 소비에 보편화되지 않았음을 보여준다.

2) 인구통계학적 요인에 따른 청소년 소비자의 윤리적 소비행동의 차이

인구통계학적인 변인에 따른 청소년 소비자의 윤리적 소비행동의 차이를 살펴본 결과는 <Table 5>와 같다. 공정무역제품 소비의 경우, 종교가 있는 집단($t=-2.24, p<.05$), 계층

인식이 중상층이상 집단($t=3.65, p<.01$), 부의 학력이 대학원 이상 집단($t=2.54, p<.05$)이 상대적으로 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 나타났다.

기부와 나눔은 종교가 있는 집단($t=-1.66, p<.05$), 계층인식이 중상층이상 집단($t=-2.62, p<.05$), 부의 학력이 대학원 이상 집단($t=3.39, p<.05$), 모의 학력이 대학이상 집단($t=3.77, p<.05$)이 상대적으로 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 나타났다.

로컬소비는 인구통계학적인 요인에 따른 차이를 보이지 않았으며 환경친화적 소비는 종교가 있는 집단($t=-2.07, p<.05$), 계층인식이 상층이상 집단($t=3.48, p<.05$), 모의 학력이 전문대졸이상 집단($t=2.63, p<.05$)이 상대적으로 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 나타났다.

청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 종교, 계층인식, 부의 학력, 모의 학력 등이 청소년의 윤리적 소비행동에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나 청소년의 윤리적 소비행동을 연구한 Kang(1993), Kim(2006), Kim(2009), Jung(2012)의 연구 결과와 맥락을 같이 한다.

Table 5. Adolescent consumers' ethical consumption according to demographic variables

Variables	Item	N	Fair-trade product consumption			Donation and giving			Local consumption			Eco-friendly consumption		
			M	SD	t /F	M	SD	t /F	M	SD	t /F	M	SD	t /F
Sex	Male	249	2.87	0.91	-0.82	2.58	0.90	-0.76	3.14	0.79	1.68	3.03	0.85	-1.68
	Female	303	2.87	0.70		2.63	0.73		3.03	0.72		3.11	0.63	
Grade	Junior high school	271	2.92	0.86	1.31	2.60	0.85	-0.27	3.13	0.74	1.63	3.10	0.75	0.83
	High school	281	2.83	0.74		2.62	0.77		3.03	0.76		3.05	0.72	
Religion	No	268	2.79	0.77	-2.24*	2.55	0.82	-1.66*	2.55	0.82	-0.96	3.01	0.75	-2.07*
	Yes	284	2.94	0.83		2.66	0.79		2.66	0.79		3.14	0.71	
Perceived social class	Upper class	9	2.89	0.96	3.65**	2.58	1.10	2.62*	3.19	0.65	0.62	3.53a	0.47	3.48**
	Upper-middle class	78	3.09	0.78		2.85	0.80		3.18	0.74		3.30ab	0.67	
	Middle class	251	2.91	0.80		2.62	0.74		3.04	0.76		3.05b	0.67	
	Lower-middle class	171	2.70	0.74		2.54	0.86		3.07	0.75		3.00b	0.74	
	Lower class	43	2.88	0.92		2.42	0.87		3.13	0.82		3.00b	1.07	
Father's education	≤High school	301	2.82	0.80	2.54*	2.53	0.80	3.39*	3.07	0.76	0.89	3.04	0.74	0.70
	College graduation	35	2.79	0.82		2.52	0.81		2.94	0.62		3.10	0.70	
	University graduation	174	2.90	0.80		2.71	0.80		3.14	0.79		3.14	0.73	
	Graduate school≤	42	3.17	0.72		2.85	0.86		3.03	0.69		3.05	0.73	
Mother's education	≤High school	340	2.85	0.80	0.70	2.54	0.78	3.77*	3.05	0.74	0.78	3.01	0.71	2.63*
	College graduation	29	2.89	0.68		2.46	0.79		3.14	0.85		3.25	0.82	
	University graduation	161	2.89	0.84		2.78	0.86		3.11	0.78		3.16	0.79	
	Graduate school≤	22	3.09	0.54		2.60	0.80		3.27	0.61		3.22	0.52	

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

2. 사회심리적 요인과 윤리적 소비교육 경험이 윤리적 소비행동에 미치는 영향

사회심리적 요인과 윤리적 소비교육 경험이 윤리적 소비행동(공정무역제품 소비, 기부와 나눔, 로컬소비, 환경친화적 소비)에 미치는 영향력을 살펴보고자 인구통계적 요인(성별, 학년, 종교, 계층인식, 부의 교육수준, 모의 교육수준)을 통제변수로 두고 위계적 회귀분석을 하였으며, 그 결과는 <Table 6>, <Table 7>과 같다. 회귀분석에 앞서 독립변수들 간의 다중공선성을 판단하기 위해 공차한계(tolerance)와 분산팽창요인(variance inflation factor) 값을 살펴본 결과, 모든 경우에서 독립변수들의 공차한계 값이 0.1이상이고 분산팽창요인 값이 3미만으로 나타나 다중공선성에 문제가 없음을 확인하였다.

공정무역제품 소비행동에 유의한 영향을 미치는 요인을

살펴본 결과는 <Table 6>과 같다. 1단계에서 독립변수로 인구통계적 요인만을 투입한 결과, 계층의식(+) 만이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 계층의식이 높을수록 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 보여진다. 2단계에서 독립변수로 사회심리적 요인과 윤리적 소비교육 경험을 투입한 결과, 물질주의(-), 절약성(+), 환경친화적 가치(+), 윤리적 소비자교육(+), 대중매체(+)가 영향요인으로 나타났으며 계층의식의 영향력은 상실하였다. 물질주의가 낮을수록, 절약성이 높을수록, 환경친화적 가치가 높을수록, 윤리적 소비자교육을 받을수록, 대중매체를 통해 윤리적 소비에 접촉할수록 공정무역제품에 대한 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 공정무역제품 소비행동에 대한 상대적 영향력은 윤리적 소비자교육($\beta=0.18$), 환경친화적 가치($\beta=0.15$), 물질주의($\beta=-0.12$), 절약성($\beta=0.10$), 대중매체($\beta=0.09$)순으로 나타났다.

기부와 나눔 소비에 유의한 영향을 미치는 요인을 <Table

Table 6. Relative influence of variables upon Fair-trade product consumption and donation and giving

	Fair-trade product consumption				Donation and giving			
	Step 1		Step 2		Step 1		Step 2	
	B	β	B	β	B	β	B	β
Sex(Male)	-0.04	-0.02	-0.13	-0.08	0.07	0.04	0.02	0.01
Grade(Middle school)	0.02	0.03	0.01	0.02	0.04	0.08 *	0.04	0.09 *
Religion(No)	0.06	0.07	0.03	0.03	0.03	0.04	0.01	0.01
Perceived social class	0.10	0.11 *	-0.06	-0.06	0.11	0.11 **	0.07	0.07 *
Father's education	0.05	0.06	0.03	0.04	0.05	0.07	0.04	0.05
Mother's education	0.00	0.00	-0.02	-0.02	0.06	0.07	0.05	0.06
Materialism			-0.13	-0.12 **			-0.25	-0.15 **
Idealism			0.02	0.01			0.02	0.02
Consumer Values	Saving		0.12	0.10 **			0.03	0.02
	Conspicuous		0.06	0.05			0.01	0.01
	Eco-friendly values		0.16	0.15 **			0.12	0.11 **
Consumer education			0.26	0.18 ***			0.12	0.12 **
Experiencing mass media			0.10	0.09 **			0.12	0.11 *
(Constant)	2.92***		1.29***		2.34***		1.90***	
F-value	2.60**		5.92***		3.81***		4.75***	
R ²	0.03		0.12		0.04		0.10	
ΔR^2	0.03		0.09		0.04		0.06	
Adjusted R ²	0.02		0.10		0.03		0.08	

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

Table 7. Relative influence of variables upon local consumption and eco-friendly consumption

	Local consumption				Eco-friendly consumption			
	Model 1		Model 2		Model 1		Model 2	
	B	β	B	β	B	β	B	β
Sex(Male)	-0.13	-0.08	-0.18	-0.12 **	0.03	0.02	-0.06	-0.04
Grade(Middle school)	0.01	0.02	0.00	0.00	0.02	0.04	0.01	0.01
Religion(No)	0.01	0.01	-0.01	-0.01	0.05	0.07	0.02	0.03
Perceived social class	0.01	0.02	0.01	0.01	0.10	0.11 **	0.09	0.10 *
Father's education	0.01	0.01	-0.02	-0.03	0.02	0.03	0.03	0.04
Mother's education	0.05	0.06	0.03	0.03	0.07	0.09	0.06	0.08
Materialism			-0.14	-0.12 ***			-0.13	-0.12 **
Idealism			0.11	0.10 *			0.02	0.01
Consumer Values	Saving		0.11	0.09 **			0.02	0.01
	Conspicuous		0.07	0.06			0.05	0.05
	Eco-friendly values		0.33	0.24 ***			0.42	0.31 ***
Consumer education			0.14	0.14 **			0.06	0.07
Experiencing mass media			0.10	0.10 *			0.07	0.07
(Constant)		3.16**		1.70*		3.03***		1.41***
F-value		1.19		3.90***		2.78*		6.02***
R ²		0.01		0.12		0.03		0.13
ΔR^2		0.01		0.10		0.03		0.10
Adjusted R ²		0.00		0.10		0.02		0.11

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

6>에서 살펴보면, 1단계에서 학년(+)^과 계층의식(+)^이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 학년과 계층의식이 높을수록 윤리적 소비행동 수준이 높은 것을 알 수 있다. 2단계에서는 학년(+), 계층의식(+), 물질주의(-), 환경친화적 가치(+), 윤리적 소비자교육(+), 대중매체(+)^가 영향요인으로 나타났다. 학년과 계층의식이 높을수록, 윤리적 물질주의가 낮을수록, 환경친화적 가치가 높을수록, 윤리적 소비자교육을 받을수록, 대중매체를 통해 윤리적 소비에 접촉할수록 기부와 나눔 대한 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 보여진다. 기부와 나눔 대한 상대적 영향력을 살펴보면, 물질주의($\beta=-0.15$), 윤리적 소비자교육($\beta=0.12$), 대중매체($\beta=0.11$)와 환경친화적 가치($\beta=0.16$) 순으로 나타났다.

다음으로 로컬소비에 유의한 영향을 미치는 요인은 살펴보면 <Table 7>과 같다. 1단계에서 인구통계학적 요인만 투입한 결과 통계적으로 유의하지 않았으며, 사회심리적 요인과 윤리적 소비교육 경험이 투입된 2단계에서는 성별(여학

생), 물질주의(-), 이상주의(+), 절약성(+), 환경친화적 가치(+), 윤리적 소비자교육(+), 대중매체(+)^가 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 남학생 보다는 여학생이, 물질주의가 낮을수록, 이상주의가 높을수록, 절약성과 환경친화적 가치가 높을수록, 윤리적 소비자교육을 받을수록, 대중매체를 통해 윤리적 소비에 접촉할수록 로컬소비의 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 로컬소비에 대한 상대적 영향력은 환경친화적 가치($\beta=0.24$), 소비자교육($\beta=0.14$), 성별($\beta=-0.12$), 물질주의($\beta=-0.12$), 대중매체($\beta=0.10$), 절약성($\beta=0.10$) 순으로 나타났다.

환경친화적 소비에 유의한 영향을 미치는 요인을 살펴보면(<Table 7>), 1단계에서는 계층의식(+)^이 환경친화적 소비에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 계층의식이 높을수록 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 2단계에서는 계층의식(+), 물질주의(-), 환경친화적 가치(+)^가 영향요인으로 나타났다. 계층의식이 높을수록, 물질주의가

낮을수록, 환경친화적 가치가 높을수록 환경친화적 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 환경친화적 소비에 상대적 영향력은 환경친화적 가치($\beta=0.31$), 물질주의($\beta=-0.12$), 계층의식($\beta=0.10$) 순으로 나타났다.

이상의 결과를 통해 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 사회심리적 요인 중 물질주의와 환경친화적 가치의 영향력이 전반적으로 높은 것을 알 수 있으며, 이상주의, 절약성의 영향력도 중요하게 작용함을 알 수 있다. 또한 윤리적 소비자교육 경험과 대중매체를 통한 윤리적 교육 접촉 정도도 의미 있는 영향요인이 파악되었다. 이는 청소년 소비자의 윤리적 소비행동 향상을 위해 가치 지향적 윤리적 소비자 교육이 행해질 필요가 있음을 시사한다.

V. 결론 및 제언

본 연구의 목적은 중고등학교 청소년들을 대상으로 윤리적 소비행동(공정무역제품 소비, 기부와 나눔, 로컬소비, 환경친화적 소비) 경향을 알아보고, 사회심리적 요인과 윤리적 소비자교육 경험이 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 미치는 영향력을 파악해 봄으로써, 청소년들의 윤리적 소비행동 정착을 위한 유용한 정보와 방향성을 제시하고자 함이다. 주요 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 청소년 소비자의 윤리적 소비 행동에 대한 일반적 경향은 5점 만점에 환경친화적 소비(3.08), 로컬소비(3.07), 공정무역제품 소비(2.87), 기부와 나눔(2.61) 순을 보였으며 전반적으로 윤리적 소비행동 함양의 필요성이 나타났다. 하위영역 중에서는 환경친화적 소비와 로컬소비가 상대적으로 높게 나타난 반면, 기부와 나눔 소비행동이 미흡함을 알 수 있다.

둘째, 인구통계학적인 변인에 따른 청소년 소비자의 윤리적 소비행동의 차이를 살펴본 결과, 공정무역제품 소비의 경우, 종교가 있는 집단, 계층인식이 중상층이상 집단, 부의 학력이 대학원이상 집단이, 기부와 나눔은 종교가 있는 집단, 계층인식이 중상층이상 집단, 부의 학력이 대학원이상

집단, 모의 학력이 대학이상 집단이, 환경친화적 소비에서도 종교가 있는 집단, 계층인식이 상층이상 집단, 모의 학력이 전문대졸이상 집단이 상대적으로 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 종교, 계층인식, 부와 모의 학력이 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 요인임을 알 수 있다.

셋째, 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 미치는 사회심리적 요인과 윤리적 소비자교육 경험의 영향력을 살펴본 결과, 공정무역제품 소비는 윤리적 소비자교육, 환경친화적 가치, 물질주의, 절약성, 대중매체 순으로 상대적 영향력이 나타났다. 기부와 나눔에 대한 상대적 영향력은 물질주의, 윤리적 소비자교육, 대중매체와 환경친화적 가치 순으로 나타났다. 로컬소비는 환경친화적 가치, 소비자교육, 물질주의, 대중매체, 절약성 순으로 상대적 영향력이 나타났다. 환경친화적 소비의 상대적 영향력은 환경친화적 가치, 물질주의 순으로 나타났다.

이상의 연구결과를 통해 청소년들의 윤리적 소비행동의 정착과 지속적인 함양을 위하여 몇 가지 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 윤리적 소비행동의 하위영역에 대한 전반적인 장려가 필요하며, 특히 기부와 나눔 소비, 공정무역제품 소비에 대한 행동수준이 낮으므로 이에 관한 강화교육이 요구된다. 청소년 소비자들은 완전하게 소비자로서의 역할이 확립되어 있지 않은 과도기적 성향을 가지고 있기 때문에 성인기의 윤리적 소비행동으로의 지속성을 확보하기 위해서는 청소년기에 자연스럽게 윤리적 소비행동이 자리 잡을 수 있도록 노력해야 한다. 자기중심적인 소비에서 타인지향적인 소비로의 전환을 꾀하고, 공정하고 건강한 소비환경을 구축하기 위한 책임 있는 소비행동에 대한 중요성과 필요성을 인지할 수 있도록 지도해야 한다. 공정무역제품이 구체적으로 무엇을 말하는 것이며, 노동력을 착취한 제품을 왜 구매하면 안 되는 것인지, 자신의 만족을 위한 소비에서 한발 나아가 함께 살아가는 세상으로 왜 관심을 확대해야하는지, 동시대에 함께 살아가고 있는 어려운 이웃을 위해 나의 소비생활에서 무엇을 실천할 수 있는지, 자신이 소비하는 제품이 누구의 의해 어떻게 만들어지며 소비자에게 오는 동안 환경에 얼마나 영향을 미치는지에 대해 고려할 수 있는

소비자교육의 내용과 방향성이 강화될 필요가 있다.

둘째, 윤리적 소비교육 경험 요인인 윤리적 소비자교육과 대중매체를 통한 윤리적 소비 접촉이 소비행동에 의미 있는 영향요인으로 나타나므로, 이를 활용한 윤리적 소비교육 방안이 제안된다. 다양한 채널에 의해 윤리적 소비교육 경험이 있는 청소년 소비자일수록 공정무역제품 소비, 기부·나눔 소비, 로컬소비 그리고 환경친화적 소비를 많이 실천하고 있다는 결과는 교육의 긍정적인 효과를 반증하는 것이다. 따라서 가정, 학교, 사회 등 청소년 소비자가 접촉 가능한 모든 교육적 재원을 동원하여 일관된 윤리적 소비교육이 실행될 경우 교육의 실효성을 극대화할 수 있다. 가정은 청소년의 윤리적 소비교육이 이루어지는 일차적 교육장소로서 생활중심적인 역할을 담당하여야 할 것이며, 교육의 사회적 형평성을 살릴 수 있는 학교교육을 통해서도 윤리적 소비에 대한 이론적 이해와 함께 공동체 프로그램을 통한 실천적 학습이 이루어지도록 해야 한다. 또한 지역사회 윤리적 소비 교육의 기회를 확대하여 청소년 소비자들이 타인에 대한 확장된 시각을 형성하고 다양한 윤리적 소비 체험을 경험할 수 있도록 해야 할 것이다. 이 세 가지 교육 주체는 유기적으로 상호보완적 관계를 형성하며 청소년 소비자들이 올바른 소비가치관을 정립하고 바람직한 소비생활의 기틀을 마련할 수 있도록 일관된 교육 체계를 형성해 나가야 한다. 일례로 공정무역제품 소비 교육에 대해 알아보면, 가정에서는 부모와 함께 공정무역 커피와 초콜릿을 구매하며 가치소비를 실현해보고, 학교에서는 제품 생산 및 거래에서 발생하는 저개발국 농민들과 아동노동의 피해를 알아보며 정당한 거래를 위한 방법에 대해 논의해볼 수 있다. 아울러 지역사회의 공정무역 판매기관을 방문하여 현장 체험과 실습을 행해봄으로써 윤리적 소비에 대한 체계적인 교육을 가능하게 하면 그 효과성이 확대될 것이다.

또한 대중매체를 통한 윤리적 교육 접촉을 강화하는 것은 특히 청소년 소비자에게 아주 유용한 교육적 매개체가 될 것으로 사료된다. 다양한 영상매체와 디지털 기기에 노출되어 있는 청소년 소비자들에게 이를 이용한 교육 방법은 접근성과 소통성을 확보할 수 있는 통로가 되기 때문이다. 청소년 소비자의 눈높이에 맞도록 윤리적 소비행동의 필요성과 실천 방법 그리고 그 효과성을 행동 영역별로 이

해하기 쉽게 제작하여 접속률을 높일 수 있다면 행동 변화를 기대할 수 있을 것이다.

셋째, 윤리적 소비행동의 실효성을 높이기 위해서는 가치 지향적 윤리적 소비교육의 필요성이 제기된다. 연구결과에서 사회심리적 요인 중 환경친화적 가치와 물질주의가 윤리적 소비행동의 하위영역에 의미 있는 영향요인으로 나타남으로써, 실천적 행동으로 이끄는 핵심 요인임을 알 수 있다. 또한 이상주의와 절약성도 로컬소비에 의미 있는 영향요인으로 나타나므로, 청소년의 가치 증진에 교육의 중점을 두는 것이 요구된다. 청소년기는 점차 독립적인 소비행동을 준비하는 시기로 이 시기에 형성된 가치체계는 성인기 소비행동에 직·간접적으로 영향을 미치게 된다. 즉 윤리적 소비 가치나 신념이 윤리적 소비행동을 결정하는데 긍정적인 영향력을 갖게 될 것이라 예측할 수 있다. 따라서 청소년의 윤리적 소비 가치를 함양하여, 생활 가치로 형성되도록 강화함으로써 윤리적 소비행동으로의 실천 토대를 마련하여야 한다.

환경을 고려하는 가치, 물질의 소유보다는 본질적인 의미를 추구하는 가치, 정당한 행동이 바람직한 결과를 가지고 온다고 믿는 도덕적 이상주의 그리고 자원을 낭비하지 않으며 최대한 효율적으로 활용하는 절약성이 청소년의 소비 가치로 자리 잡을 수 있도록 가정과 학교 그리고 사회 모두가 노력해야 한다. 비록 청소년들이 풍요로운 소비사회에서 물질적인 편익으로부터 자유롭기 힘들지라도, 현실적 만족 추구보다는 미래의 환경과 타인을 고려하며 사회적 책임을 실천할 때 건강하고 지속가능한 소비사회가 이어지며, 이러한 소비행동이 곧 자신의 행복추구로 이어질 수 있음을 깨닫게 하는 가치교육이 우선적으로 행해져야 한다.

가치교육의 주체로서 가정, 학교, 사회의 일관된 교육체계가 중요하나 청소년기는 학교에서 장시간을 보내는 시기이므로 교육의 형평성이 이루어지는 학교교육을 활용하여 전반적인 윤리적 소비 가치를 증진시키는 유용할 것이다. 특히 가정교과는 타인과 더불어 사는 공동체적인 의식을 바탕으로 지속가능한 사회를 위하여 책임 있는 소비자의 역할인 자원절약과 환경보호에 대해 중점을 두고 있으며, 합리적 소비교육을 통하여 바람직한 의사결정과 함께 이타적 소비를 실천하도록 지도하고 있다. 가정교과는 학교와

가정이라는 구체적인 일상생활 속에서 느끼고 체험하며 가치실현의 구체화를 가능케 할 수 있으며, 이를 실천적 행동을 이끌어내는 교육적 장점을 지니고 있다. 이러한 가정교과의 강점을 교육현장에 실현시킴으로써 청소년 소비자가 자신의 소비가 사회에 미치는 영향을 고려하여 올바른 소비 가치관하에 바람직한 윤리적 소비행동을 함양할 수 있도록 지지하여야 한다.

본 연구의 제한점과 함께 후속 연구를 위한 제언을 하면 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 청소년의 윤리적 소비교육 경험을 가정, 학교, 사회에서 경험한 교육 빈도를 통합하여 살펴봄으로써 각 교육 주체에 따른 세부적인 영향력을 파악함에는 한계가 있다. 따라서 후속 연구에서는 교육주체에 따른 교육의 구체적인 내용파악과 함께 그 효과성을 살펴볼 필요가 있다. 둘째, 윤리적 소비행동을 실천함에 또래집단의 영향력을 파악하여 집단적 가치성향을 파악해볼 필요가 있다. 셋째, 윤리적 소비행동대안 분석모형을 수립하고 측정모형을 비교하며 확정하는 연구가 필요하며, 윤리적 소비행동의 하위 영역 중에서 상대적으로 연구가 적게 진행된 공정무역제품 소비, 기부와 나눔, 로컬소비 등을 주제로 한 연구가 더 수행될 필요가 있다. 넷째, 질적 연구 방법을 적용하여 청소년 소비자들의 내재적인 측면을 파악하고 윤리적 소비행동에 대한 보다 세밀한 내용을 분석할 필요가 있다. 윤리적 소비에 영향을 미치는 개별 사회심리적인 요인들의 구체적 역할, 윤리적 소비행동을 실천함에 있어서의 제약조건과 그 이유 등을 조사함으로써 실천적 논의가 지속적으로 이루어지길 제언한다.

참고문헌

Ahn, J. H., & Lee, Y. S. (2010). The effect of knowledge and perception of environmental problems on pro-environmental behavior of youth. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 22(2), 45-60.

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.

Cha, J. E. (2000). *A study on the adolescents consumer consuming consciousness and behaviors for pro-environmental*. Unpublished master's thesis, The Graduate School of Education, Sookmyung Women's University, Seoul, Korea.

Cha, T. H., & Ha, J. Y. (2010). Why do consumers purchase fair trade products? : exploratory study, *Consumer Culture Studies*, 13(1), 1-20.

Chun, K. H., Hong, Y. G., Yoon, M. A., & Song, I. S. (2010). *Ethical consumption*. Seoul: Sigmappress.

Cowe, R., & Williams, S. (2001). *Who are the ethical consumers?* Co-operative Bank/Mori Survey, London: The Co-operative Bank.

Crane, A., & Matten, D. (2004). *Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*. New York: Oxford University Press Inc.

Dawis, R. V. (1991). Vocational interests, values, and preference. In M. D. Dunnett and L. M. Hongh(Ed.). *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, 2. 833-871.

Forsyth, D. R. (1980). A taxonomy of ethical ideologies. *Journal of Personality & Social Psychology*, 39(1), 175-184.

Forsyth, D. R. (1992). Judging the morality of business practices - The influence of personal moral philosophies. *Journal of Business Ethics*, 11, 461-470.

Harrison, R., Newholm, T., & Shaw, D. (2005). *The ethical consumer*, London: Sage Publication.

Holt, D. B. (1995). How Consumers Consume: A typology of consumption practices. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 1-16.

Hong, E. S., & Shin, H. Y. (2010). The ethical consumptions and related variables of the undergraduate. *Journal of Korean Home Management Association*, 28(5), 131-149.

Hong, S. H. (2012). A study on perceptions and purchase intention on fair-trade products of Korean university students, *International Commerce and Information Review*, 14(4), 109-130.

Huh, E. J. (2011). The determinants of consumer's attitude and

- purchase intention on the ethical products, *Journal of Consumer Studies*, 22(2), 89-111.
- Huh, E. J., & Kim, W. S. (2012). Consumers' ethical consumption behavior and related factors. *Journal of Consumer Studies*, 23(4), 105-130.
- Jae, M. K., & Robert, O. W. (2007). Cross-cultural comparison of undergraduate students from Korea and United States regarding of consumer ethics and related variables. *Consumer Policy and Education Review*, 3(2), 83-99.
- Jae, M. K., Seo, J. H., & Kim, Y. O.(2004). College students' consumer non-ethics and related factors. *Korean Journal of Human Ecology*, 13(6), 891-901.
- Jeon, M. Y., Jung, H. J., & Oh, K. W. (2013). The effect of the education program for ethical consumption of clothing on adolescents' ethical consumption consciousness of clothing, general ethical consumption knowledge and behaviors. *Fashion & Textile Research Journal*, 15(6), 932-941.
- Jung, J. W. (2012). Study on adolescents' ethical consumption education experience and ethical consumption behavior. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 24(3), 191-208.
- Kang, H. S. (1993). *A Study on the adolescents consumer consciousness and behavior for environmental problems*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul, Korea.
- Kim, G. S., Song, J. W., & Lee, S. A. (2009). The effect of fair trade on consumer behavior: In terms of ethical consumerism, *Korean Management Review*, 38(1), 295-315.
- Kim, H. C. (2006). Analyses of consumers' non-ethical behavior status and the related factors. *Korean Journal of Human Ecology*, 15(6), 1015-1023.
- Kim, H. J. (2012). *A Study on the moral consciousness of teenage consumers - focusing on middle and high school students in Cheonan and Asan Area*. Unpublished master's thesis, Gongju national University, Gongju, Korea.
- Kim, J. H. (2009). *A Qualitative study on factors influencing consumers' ethical consumption behavior*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul, Korea.
- Kim, S. W. (2003). A Study on environment-friendly consumption of adolescents consumer. *Family and Environment Research*, 41(6), 105-117.
- Kim, Y. S. (1997). *Research for the environmentally friendly consumption of middle school students: focused on home economics class*. Unpublished master's thesis, The Graduate School of Education, Pusan National University, Pusan, Korea.
- Kwon, M. W., & Rhee, K. C. (2000). Variables affecting on the rationality of consumption behavior of adolescent consumers. *Journal of Korean Home Management Association*, 18(2), 175-190.
- Kye, S. J., & Yoo, K. A. (2010). A study on pro-environmental consumption consciousness and resource saving behavior of adolescents, *Korea family resource management association*, 14(2), 91-108.
- Lee, B. S., & Park, K. H.(2014). The effects of consumers' recognition and shopping motives for local food on purchase behaviors: focusing on wanju local food, *The Korean Journal of Culinary Research*, 20(4), 193-209.
- 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.
- Lee, S. H., & Noh, Y. N. (2007). Empirical study on variables affecting consumer ethics related to fashion. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(1), 141-150.
- Lee, Y. A., & Seo, I. J. (2012). Adolescent consumers' green consumption behavior according to consumer value and unethical business transaction perception. *Consumer Policy and Education Review*, 8(2), 1-22.
- Loureiro, M. L., & Lotade, J. (2005). Do fair trade and eco-labels in coffee wake up the consumer conscience?, *Ecological Economics*, 53(1), 129-138.
- Mukerji, C. (1983). *From graven images: Patterns of modern materialism*. New York: Columbia University Press.

- Oh, J. S., & Kim, J. S. (2009). A study on the consumption value and environment-friendly consumption behaviors of adolescent consumers. *Family and Environment Research*, 47(10), 13-28.
- Park, M. J., & Park, J. C. (2013). The effect of moral identity and self-construal on donation intention, *Journal of Consumer Studies*, 24(2), 47-90.
- Park, M. S. (2012). The effects of adolescent consumers' Attitudes toward Money and Conspicuous Consumption on Unethical Consumption Behavior in Commercial Transaction, *The Korean Journal of Community Living Science*, 23(4), 509-522.
- Rhee, K. C., & Kim, J. E. (2012). *Consumer education: Theory & Practice*. Seoul: Kyomunsa.
- 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.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Ryu, M. H., & Lee, S. S. (2013). A study on information needs according to purchase attitude and intention of fair trade products. *Journal of Consumer Policy Studies*, 44(1), 1-26.
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1987). Toward a theory of the universal content and structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(5), 550-562.
- Seo, J. H. (2011). Promotion strategies for consumption of the fairly traded products, *Korean Journal of Human Ecology*, 20(6), 1121-1133.
- Shaw, D., & Clarke, I. (1999). Belief formation in ethical consumer groups: an exploratory study. *Marketing Intelligence and Planning*, 17(2), 109-119.
- Shin, S. H. (2000). Ethic analysis in purchasing behavior of the young consumers. *Journal of Consumer Studies*, 11(3), 153-168.
- Shin, S. Y. (1993). *A Study on the environmental preservation competencies of adolescent consumer*. Unpublished master's thesis, The Graduate School of Education, Chungnam National University, Taejeon, Korea.
- Song, I. S. (1991). A Study on materialism. *Journal of Human Science*, 11(1), 7, 91-104.
- Song, I. S., & Jae, M. K. (2006). Materialism and unethical business transactions of married women. *Consumer Culture Studies*, 9(3), 185-206.
- Vitell, S. J., Lumpkin, J. R., & Rawwas, M. (1991). Consumer ethics: An investigation of the ethical beliefs of elderly consumers. *Journal of Business Ethics*, 10(5), 365-375.
- You, S. Y. (2012). Ethical purchase gap of the fair trade coffee, *Journal of Consumer Policy Studies*, (41), pp. 1-18.

<국문요약>

본 연구는 청소년들의 윤리적 소비행동을 정착시키기 위해 청소년들의 윤리적 소비행동 경향을 알아보고 사회심리적 요인과 윤리적 소비교육 경험이 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 미치는 영향력을 살펴보고자 하였다. 이를 위해 서울과 경기도 지역의 청소년을 대상으로 온라인과 오프라인을 통해 자료를 수집하였으며, 최종 552부를 분석에 사용하였다. 주요 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 청소년 소비자의 윤리적 소비 행동에 대한 일반적 경향의 평균값이 2.61(SD=0.81)에서 3.08(SD=0.75)로 나타나 상대적으로 낮은 수준으로 나타났다.

둘째, 인구통계학적인 변인에 따른 청소년 소비자의 윤리적 소비행동의 차이를 살펴본 결과, 공정무역제품 소비의 경우, 종교가 있는 집단, 계층인식이 중상층이상 집단, 부의 학력이 대학원이상 집단이, 기부와 나눔은 종교가 있는 집단, 계층인식이 중상층이상 집단, 부의 학력이 대학원이상 집단, 모의 학력이 대학이상 집단이, 환경친화적 소비에서도 종교가 있는 집단, 계층인식이 상층이상 집단, 모의 학력이 전문대졸이상 집단이 상대적으로 윤리적 소비행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 종교, 계층인식, 부와 모의 학력이 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 요인임을 알 수 있다.

셋째, 위계적 회귀분석을 통하여 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 미치는 사회심리적 요인과 윤리적 소비교육 경험의 영향을 살펴본 결과, 공정무역제품 소비는 윤리적 소비자교육, 환경친화적 가치, 물질주의, 절약성, 대중매체 순으로 상대적 영향력이 나타났다. 기부와 나눔에 대한 상대적 영향력은 물질주의, 윤리적 소비자교육, 대중매체와 환경친화적 가치 순으로 나타났다. 로컬소비는 환경친화적 가치, 소비자교육, 물질주의, 대중매체, 절약성 순으로 상대적 영향력이 나타났다. 환경친화적 소비의 상대적 영향력은 환경친화적 가치, 물질주의 순으로 나타났다. 이상의 연구결과를 통해, 청소년 소비자의 윤리적 소비행동의 정착과 함양을 위하여 가치 지향적 윤리적 소비교육의 필요성이 제기된다.

■ 논문접수일자: 2015년 01월 16일, 논문심사일자: 2015년 01월 20일, 게재확정일자: 2015년 03월 15일