

기후변화 대응 소비자 행동에 영향을 미치는 요인

천 현 정(이화여자대학교 석사) · 정 순 희(이화여자대학교 교수)

신 민 경(이화여자대학교 박사수료)

본 연구는 기후변화 대응 소비자행동에 대한 고찰을 통해 기후변화문제에 대한 소비자 지식·의식 및 행동수준 등을 파악하고 영향요인을 분석함으로써, 기후변화 대응에 대한 올바른 소비자행동을 촉진시키기 위한 기초자료를 제시하고자 한다. 연구대상은 서울에 거주하는 20대 이상으로 하였고 2009년 11월 18일부터 25일까지 배포된 설문지 330부 중 회수된 309부가 분석에 사용되었다. 기후변화 문제에 대한 지식수준 척도는 에너지관리공단(2008)에서 개발한 기후변화 인식지수 척도를 중심으로 환경부(2008)의 기후변화 관련 국민인식조사에서 사용된 문항을 수정·보완하여 기후변화현상에 대한 지식, 기후변화문제의 심각성, 기후변화협약에 대한 지식, 기후변화문제 관련 정보에 대한 지식수준으로 구성하였다. 기후변화 대응 소비자의식수준 척도는 민현선(1998)의 연구에서 사용한 ‘환경의식’ 개념을 기후변화라는 구체적인 문제에 적용시켰고 기후변화 대응 소비의식과 기후변화 정책 참여 및 지지의식으로 구성하였다. 기후변화 대응 소비자행동의 실천수준 측정은 에너지관리공단(2008)에서 개발한 기후변화 인식지수 척도를 중심으로 환경부(2008)의 기후변화 관련 국민인식조사에서 사용된 문항을 수정·보완하여 구성하였다. 자료 분석방법은 SPSSWIN 17.0을 이용하였으며, Cronbach's α , 빈도분석, t검증, Pearson 상관관계, 그리고 다중회귀 분석을 실시하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 기후변화 현상과 기후변화 문제에 대한 심각성을 높게 인식하고 있는 것에 비해 기후변화관련 정보에 대한 지식수준이 낮게 나타났다. 둘째, 기후변화문제에 대한 지식수준 상·하 집단 간 차이분석 결과 기후변화 대응 소비자의식 수준 및 행동수준 모두 지식수준이 높을수록 두 요인의 수준 역시 높은 것으로 나타났다. 셋째, 기후변화문제 지식, 기후변화 대응 소비자의식 및 행동 간의 상관관계 분석 결과 세 변수는 모두 양의 상관관계를 나타내고 있었으며, 기후변화 대응 소비자의식과 행동이 가장 높은 상관관계를 보였다. 넷째, 기후변화 대응 소비자행동 영향 요인 분석 결과 기후변화 대응 의식수준과 연령이 높을수록 더 높은 행동수준을 보였으며, 정책 참여 및 지지행동에 대한 의식과 연령이 높을수록 실천수준도 높은 것으로 나타났다.

본 연구결과, 기후변화 대응 소비자행동을 보다 효과적으로 촉진하기 위해서는 기후변화 현상의 영향과 원인에 대한 교육과 홍보를 통해 소비자의 지식수준을 높이고, 기후변화 대응 행동에 가장 큰 영향을 미쳤던 소비자 의식 고취를 위한 노력이 우선시 되어야 할 것으로 판단된다. 기후변화현상이 기존 환경문제보다 과학적인 지식이 필요한 복합적인 문제이고 비교적 전문적인 지식이 수반되기 때문에 적절한 기후변화 현상에 대한 대응역할을 수행하기 위해서는 관련 지식에 대한 전반적인 이해가 전제되어야 한다. 이를 위한 정부차원의 정확한 지식의 전달 및 홍보가 필요하다고 판단되며, 연령별 특성에 따른 차별화된 홍보와 맞춤형 교육을 통해 기후변화 대응 소비자의식고취와 행동 촉진을 장려하는 것이 효과적일 것이라 판단된다.