

신세대 소비자의 역할수행 및 녹색소비행동*

New Generation's Consumer roles and Green Consumption Behavior

숙명여자대학교 가정관리학과
교 수 계 선 자

Dept. of Home Management, Sook Myung Women's University

Prof. : Sun Ja, Kye

〈목 차〉

- | | |
|------------|---------------|
| I. 서론 | IV. 연구결과 및 분석 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 및 제언 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |

〈Abstract〉

The purpose of this study is to find out the tendency of the new generation's consumer roles and green consumption behavior for the environmental conservation. This study is also to reveal some fundamental information for an environmental education program which is able to support the new generation consumers to participate voluntarily in an environmental activity.

The 500 subjects of this study were selected from the new generation consumers who were residing in Seoul, 1998. The 414 data were finally analyzed by Mean, t- Test, ANOVA, and Multiple Regression Analysis.

The major findings were as follows:

- 1) the purchasing roles of the new generation consumer tended to be higher than the citizen participation's roles. The variables with the higher score for the new generation's green consumption behavior were in the rank of the isolation of environmental waste, the purchasing behavior of green product, the recycling environmental resource, and citizen's participating roles in environmental activity.
- 2) the new generation's consumer roles showed a significant differences, according to variables for the environmental value, environmental education,

* 본 연구는 1998년 숙명여자대학교 교비연구비 지원에 의한 것임.

- and participation of the environmental and societal activity
- 3) the green consumption behavior for the new generation consumers showed a significant differences, according to sex, environmental value, participation of the environmental and societal activity.
 - 4) the most influential variables for the green consumption behavior of the new generation consumers were in the rank of consumer roles, educational value, and the participation of the environmental activity.

As we see above, the consumer education for the new generations needs to focus on consumer's roles that let them participate voluntarily in environmental and societal activity, as well as practice positively to use green environmental products whenever they select some items in the markets.

1. 서 론

후기 산업사회는 급속한 경제성장과 산업 발달의 결과로 편리위주의 재화와 서비스가 대량화되었으나, 그 부산물로 인해 오존층파괴, 자원고갈, 대기·수질 오염, 생활쓰레기 배출 등 환경문제가 발생되고 있다. 더욱이 우리나라는 비교적 짧은 기간동안 급속한 경제성장을 이룩해야 했기 때문에 환경관련문제는 항상 차후로 치부될 수밖에 없었다. 이러한 상황에서 기업들은 환경 = 비용이라는 등식을 세워놓고 환경을 오염시켜왔으며 국민들 또한 환경문제에 대한 인식 및 관심의 부족으로 정부와 기업의 과오를 묵인하는 결과를 초래하였다 (박지호 1993). 이러한 환경문제로 인한 위기의식은 최근 전세계적으로 고조되면서 환경보존을 위한 각종 국제 협약들이 체결되고 있다. 예컨대, 몬트리올 의정서에서는 프레온 가스의 사용을 금지하고 있다. 최근 국내에서도 지구환경에 대한 국제적인 대응에 맞추기 위해서 정부, 기업, 소비자들의 노력이 총체적으로 펼쳐야 한다는 인식이 부각되고 있다. 최근 쓰레기 분리수거, 자원재활용, 일회용품 사용자제와 관련하여 우리나라 국민의 관심이 고조되고 있다. 특히 IMF 경제체제 이후 경제난 극복을 위한 근검절약 운동이 확산되면서 녹색가계가 전국적으로 설치되는 환경캠페인이 나타나고 있다. 그러나 정부차원에서 환경오염 기업을 완전히 규제하기 위해서는 현실적으로 많은 비용이 소모될 뿐 아니라 완전규제는 사실상 한계가

있다. 또한 실제생활에서 소비자의 녹색소비행동이 자연스럽게 생활화되지 못하고 있어 환경문제는 그대로 방치되는 경우가 있다. 이에 따라 현시점에서 필요한 조치는 정부의 강력한 정책과 기업의 윤리도 중요하지만 무엇보다 소비자의 입장에서 불합리한 소비행동을 지양하고 스스로 환경문제 해결에 도움을 줄 수 있는 자발적 참여이다. 특히 현대의 소비자는 재화와 서비스의 구매자·사용자로서 역할뿐 아니라 자원재활용 혹은 환경보존을 위한 녹색소비운동의 참여자로서 역할이 강조되기에 이르렀다. 현대 경제 사회의 특징인 대량생산, 소비의 물결 속에서 경제적 빈곤을 모른 채 성장하여 개성주의적·편의주의적 풍족한 소비생활을 지향해 온 신세대 소비자의 역할 참여는 국가경제적 차원에서 환경문제를 해결하고 2000년대 녹색소비 문화 정착에 중요한 과업이 될 것이다.

지금까지 신세대를 중심으로 보고된 주요 선행연구는 라이프 스타일에 따른 가정경영행동 및 삶의 질에 관한 내용 등에 관한 몇몇 연구일 뿐 소비자 역할수행에 따른 녹색 소비행동에 관한 내용은 미흡하게 진행되어 왔다. 이에 본 연구는 후기산업시대에 주도적 역할을 담당할 신세대 소비자를 중심으로 역할수행 및 녹색소비행동에 관련된 변인을 조사 분석하여 소비절약 의식을 확산하고 자발적 참여를 통한 건전한 녹색소비문화정착을 유도할 수 있는 기초 자료를 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 신세대 소비자

세대의 의미는 같은 시기에 출생하거나, 생애주기상 동일한 단계에 있거나 특정한 역사적 시기에 출생한 사람 등 다양한 의미로 사용되고 있다. 일반적으로 동일한 문화권에서 비슷한 시기에 출생하므로써 역사적·문화적 경험을 공유하여 다른 연령층에 비해 유사한 의식구조나 생활양식을 갖고 행동한다(박재홍 1995).

신세대는 1960년대를 기점으로 출생하여 1970년대의 경제성장과 80년대의 소비문화를 통한 경제적인 풍요로움을 누리면서 생산보다 소비, 근검절약보다는 풍족한 자원의 사용을 보다 먼저 터득한 세대이다. 부연하면, 신세대는 그 특성상 현대 경제 사회의 특징인 대량생산·대량소비의 물결 속에서 경제적으로 빈곤을 모른 채 성장하여 기존세대와 확실히 구분되는 가치의식 및 행동을 나타내고 있다. 또한 이들은 풍요로운 소비생활과 함께 현대식 자기표현을 강하게 하는 것은 물론 개성주의·합리주의적·편의주의적 생활을 지향하고 있다(이정우 외 1996).

이러한 신세대는 기존세대와 차별성을 지니고 있으며, 현재 가정 및 사회를 이끌어 가는 중심세력으로서, 앞으로 2000년대를 이끌어갈 주도적인 역할을 하게 된다. 신세대 소비자의 특성을 구체적으로 살펴보면, 이들은 현대 경제사회의 특징인 대량생산·소비의 물결 속에서 경제적 빈곤을 모른 채 풍요 속에서 성장해 온 세대로 기성세대와는 달리 개성중시·이기주의·물질주의 등의 용어에 밀접히 관련되어 있으며, 풍요로운 소비생활과 함께 현대식 교육으로 자기표현을 강하게 하는 것은 물론이고, 합리적이며, 편의주의적으로 생활하며, 주위의 여건이나 상황을 개의치 않고 자신의 생각대로 실천하기도 한다(이정우 외 7인 1996). 또한 기성세대가 생필품 중심으로 기능상품을 구입하는 단순소비, 내구성 소비를 한다면 신세대는 문화용품 중심으로 고감각 상품을 선호하는 복합 소비, 소모생활을 영위하고 있다(한국일보사 1990).

대중매체 특히 컬러 TV를 통한 광고의 홍수 속에서 “패션” 상품시대의 소비문화의 표적이 된 신세대는 소비가 곧 놀이이며, 감성적인 욕구를 충족시키려는 소비의 향유자라고 박재홍(1995)은 지적하고 있다. 그리고 적게 벌더라도 여유 있는 생활을 즐기려는 태도가 강한 것으로 나타났으며(한국사회학 1960), 개성존중, 강한 자기주장, 다양성과 새로움의 추구 등의 경향을 인정하고 긍정시 하며, 자신을 일에 맞춘다기보다 일을 자신에게 맞추려는 직업관(박재홍 1995)을 보여주고 있다. 또한 신세대는 소비성향 의식면에서 감성을 중시하며, 유행에 민감하나 기성세대의 과시를 위한 소비를 지양하고 실질적인 필요에 의한 실리적인 소비를 지향하는 합리적 소비성향을 보인다. 그러나 때로는 준거집단의 영향을 받아 과시소비·물질주의·외국상표 선호 성향이 높은 양면성을 보이기도 한다(강해경 1995, 박경미 1995).

2. 소비자 역할 수행

소비자 역할이란 시장경제체제 하에서 소비자가 구매 및 소비생활을 영위하는데 요구되어지는 역할을 실제로 행하는 행동을 의미한다. 구매행동 영역은 시장구조가 복잡해지고 소비자의 시장의존도가 가속화됨으로써 가장 기본적으로 중요한 역할이라 할 수 있으며, 구매행동에 영향을 미치는 요인은 사회·문화적 영향요인(가족, 사회계층, 준거집단, 문화)과 개인적 영향요인(동기, 학습, 지각)이 포함된다(McCarthy, 1975). 과거에는 소비를 최종 소비로만 정의하였기 때문에 소비자 역할을 구매행동으로 국한시켰으나, 최근에는 점차 소비자 연구 영역이 확대되어지면서 소비자 역할을 포괄적인 시각으로 보는 견해가 우세하고 있다(정선용 1989).

이기춘(1988)에 의하면, 현대사회에서 소비자 역할은 단순히 소비에 관련된 제한된 범위에서의 역할이 아니고 자원의 획득, 배분, 소비지출, 사용 전 과정을 포함한 광범위한 의미에서의 역할을 뜻하며, 획득자·배분자·구매자·사용자로서 사회와 상호작용하는 역할을 종합한 개념이라 하였다.

Moschis(1976) 도 소비자 역할이란 소비 및 구매

행동 향상과 관련된 기능 뿐 아니라 사회성원 다수의 만족을 위한 효율적인 자원 사용 등 바람직한 사회적 행동을 포함한다고 지적하고 있다.

또한 현대의 소비자는 좋은 구매자로 만으로는 충분하지 않으며 한 시민으로서 역할을 수행할 것이 요구된다. 이에 따라 소비자는 구매한 상품과 용역을 소비하고 사용하는 것 뿐 아니라 소비하고 난 후의 제품사용의 결과에 대해서도 고려해야 한다고 송보경·김재옥(1988)은 보고하고 있다. 박운아(1988)에 의하면, 소비자 시민성과 관련된 태도·정보·기능을 획득하는 것은 현대사회에서 소비자의 중요한 책임이며, 소비자로서 하여금 소비자 시민 영역의 역할을 잘 수행하도록 소비자 교육의 강화 필요성을 지적하고 있다. 박혜경(1985)의 연구에서도 변화하는 환경에 영향을 주는 시민으로서 참여를 강화시키기 위해 소비자를 교육시켜야 하며, 그 기본적 원칙으로 경제·사회·생태학적 영향 뿐 아니라 소비자의 사결정 내 영향을 줄 수 있는 다양한 환경에서 소비자 역할의 중요성을 강조하고 있다. 여대생의 경우 소비자 역할수행에 영향력이 있는 변인은 소비자 태도, 어머니의 자녀양육태도, 소비자교육 수강경험 유무에 의해 차이가 있음을 정선용(1989)은 밝히고 있다. 또한 책임의식은 교육수준이 높고 연령이 낮은 소비자일수록 높게 나타났다고 여흥기(1978)는 보고하면서 소비자 태도·개선에 주안점을 둔 소비자 교육의 적극적 활성화로 바람직한 소비자 역할 수행을 유도해야 한다고 하였다. 장혜경(1992)의 연구에서도 우리나라 소비자의 경우, 사회적 책임의식과 생태학적 책임의식은 비교적 낮은 수준을 보이고 있으나, 환경보존에의 참여의식은 연령이 낮을수록 높았다고 보고하였다.

3. 녹색소비행동

대량소비에서 기인된 오늘날의 환경문제는 환경의 파괴가 이루어지지 않도록 제품을 구매·사용·처분하는 녹색소비행동에서 그 해결책을 찾아야 할 것이다. 녹색 소비행동은 무분별한 자원의 이용보다는 자원의 고갈을 최소화하고, 오염을 감소시킬 수 있는

소비와 생산을 통해 경제성과 쾌적한 환경을 조성할 수 있다(계선자·강기정 1998).

최근 자주 사용되고 있는 녹색소비자는 녹색소비행동의 주체로서, 1988년 영국의 *The green consumer guide*에서 처음 소개되었다. 이들은 상품을 구매할 때 환경을 소비행동의 선택기준으로 삼고, 단순히 자신의 건강 뿐 아니라 지구의 건강까지 흥미를 갖고 소비행동을 하고 있다(이미영 1996). 장혜경(1992)에 의하면, 녹색 소비자는 자신의 개인적 소비가 타인, 사회, 환경에 미치는 영향을 염두에 두고, 제품과 서비스를 구매·사용·처분하는 행위를 한다. 즉 구매 전 환경관련 정보를 탐색하며, 구매 시에는 자원절약적 제품이나 재활용·폐기물을 줄이는 환경상품을 구매하며, 사용단계에서는 자신의 편익보다는 타인이나 환경에 대한 영향을 고려하여 자원과 에너지를 절약하고, 처분단계에서는 분리수거나 자원재활용에 적극 참여하는 행동을 보이고 있다고 하였다. 녹색 소비행동의 정착을 위해 또 하나의 핵심적 요소는 그런 제품의 확산이다. 그런 제품이란 환경문제를 야기하지 않는 환경 친화적 제품을 말하는데, Henion(1976)은 이를 환경적으로 유익한 제품(EN-products)이라고 지칭하면서 이들 제품들은 환경오염 감소에 크게 기여할 것으로 기대한다고 하였다.

김만영(1994)의 연구에 의하면, 그런 제품은 제품이나 포장에 재활용 가능하고, 충전 가능하고 쓰레기 감량화에 기여할 수 있는 속성을 가진 리필 제품이 이에 해당된다고 하였다.

우리나라의 경우 1992년부터 환경처 주관 하에 각종 환경 제품에 대한 품질 인증을 객관적으로 표시하는 환경마크제도가 실시되고 있다. 이는 기업들이 스스로 그런 제품이라고 주장하는 것을 객관화시킴으로써 소비자들의 혼란을 막고 환경상품의 신뢰성을 높여 줄 뿐 아니라 환경정보의 제공으로도 효과적인 방법이 되고 있다(강경아 1998).

그러나 이미경(1996)의 연구에 의하면, 환경마크를 알고 있는 소비자는 30% 정도 수준을 보여 아직 대다수의 소비자들이 환경마크에 대해 일상생활과 밀접하게 느끼는 것으로 나타났다. 이는 미국의 ECOLO-G, 독일의 E 마크, Green-seal, 푸른천사 등이 소비자에

게 선풍적인 인기를 제공하고 있는 것과 비교했을 때 상당한 차이가 있는 것으로 앞으로 객관적인 환경정보의 개발과 정착이 무엇보다 필요함을 시사해 주고 있다.

한편 우리나라의 소비자는 환경 지향적 제품에 대해 호감을 가지고 있으나 가격이 높아 구입을 하지 못하는 경우가 있으므로 이의 방지를 위해 환경제품에 대해 정부와 기업측면의 신중한 가격 설정과 품질관리가 필요하다고 장혜경(1992)은 지적하고 있다.

우리나라 소비자의 경우 환경문제를 부분적으로 의식하고 있으나 환경문제를 의식하여 그린제품 구매하는 행동은 미흡하다고 노채영(1991)은 보고하였다. 그리고 합성세제는 수질오염의 원인임을 알지만 생활 필수품이기 때문에 계속 사용하려는 태도를 보여주고 있다(이승신 외 1997). 녹색소비행동의 일환인 환경자원 재활용 행동은 가정에서 배출된 폐기물 중 일부를 다시 자원화 시켜 생산 또는 소비과정에 재순환(recycling) 시켜 원자재 및 폐기물 발생량을 줄일 수 있다(이종열 1994). Arbutnot(1977)의 연구에 의하면 재활용센터 이용도가 높은 소비자들은 환경보존에 있어서도 긍정적인 반응을 보였으며, 재활용 센터 이용도와 환경의식 및 행동은 유의적 관계가 있다고 하였다. 또한 재활용 센터를 이용하는 소비자일수록 교육정도와 소득수준이 높은 것으로 나타났다(Peters 1974). 환경문제에 대한 관심이 높을수록 폐기물의 재활용과 쓰레기 감량화를 통하여 자원을 절약하는 경향이 있다고 변순희(1994)는 보고하고 있다.

한편 미국 Long star 맥주회사에서는 재활용이 가능한 알루미늄캔과 반환할 수 있는 맥주용기를 사용하였는데, 이는 원료비용을 절감하므로써 소비자로부터 좋은 반응을 얻고 있다. 그러나 국내에서는 재생기술의 부족과 현재의 상품기술에 원자재가 적합한가의 문제로 재활용이 제대로 이루어지지 않고 있다고 강경아(1998)는 지적하였다.

환경위기 극복을 위해 녹색소비행동은 환경관련제품을 구매하는 것 뿐 아니라 녹색지역사회를 만들기 위한 공동체 운동의 하나인 참여 행동을 통해 가능하다. 아울러 환경교육을 실시함으로써 바람직한 환

경관을 사회전체에 형성하여 소비자에게 자발적이고 적극적인 참여를 유도해야 할 것이다(계선자·강기정 1998).

우리나라 소비자의 경우 환경 보전에의 자발적 참여 행동은 낮은 수준을 보이고 있는데, 소비자들의 직접적이고 자발적 참여가 잘 이루어지기 위해서는 환경의식 강화와 환경지식의 공급을 위한 환경교육의 실시와 이를 통한 사회 전반적인 환경친화적 분위기 조성이 필요하다고 안기희(1991)는 지적하고 있다.

대부분의 선행 연구에서 아파트에 거주하며, 반사회 활동도, 매체접촉빈도가 높고, 생태주의 가치성향, 월평균 소득, 재활용 이용 편이성이 높을수록 환경관련 제품구매행동 및 참여행동이 높게 나타나고 있다(변순희 1994, 이무영 1994, 엄하경 1993, 계선자·강기정 1998).

지구환경 파괴억제를 위해 자원사용을 효율적으로 하고 쓰레기 발생을 최소화하는 녹색소비행동은 생태계 보호차원에서 필수적 요소이다. 자원절약측면에서 지금까지 자원의 소비절약에 대한 필요성이 경제적 측면인 금전 절약의 동기에 의한 것이었다면, 앞으로는 경제적 이점 이외에 자원 고갈을 방지하고, 미래 사회의 자원공급을 위한 생태학적 측면인 환경과 인간과의 조화된 삶을 추구하는 녹색소비행동의 중요성이 더욱 부각될 것이다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서 규명하고자 하는 연구내용은 다음과 같다.

〈연구문제 1〉 신세대 소비자의 역할수행 및 녹색소비행동의 일반적 경향은 어떠한가?

〈연구문제 2〉 신세대 소비자의 역할수행은 배경변인(개인환경적 변인, 사회 환경적 변인)에 따라 어떠한 차이가 있는가?

〈연구문제 3〉 신세대 소비자의 녹색소비행동은 배경변인에 따라 어떠한 차이가 있는가?

〈연구문제 4〉 신세대 소비자의 녹색소비행동은 소비자 역할수행에 따라 어떠한 차이가 있는가?

〈연구문제 5〉 신세대 소비자의 녹색소비행동에 영향력을 미치는 변인은 무엇인가?

2. 조사도구의 선정 및 신뢰도

본 연구를 위해 사용된 측정도구는 선행연구(계선자·강기정 1998, 강경아 1998, 강희선 1993)를 기초로 연구자가 연구의 목적에 따라 예비조사 실시 후 수정보완하였다. 조사도구의 구성내용 및 신뢰도를 살펴보면, 소비자 역할수행은 16문항, 신뢰계수 $\alpha = .79$ 이며, 녹색소비행동은 23문항, 신뢰계수 $\alpha = .87$ 이며, 가치성향은 5문항 신뢰계수 $\alpha = .84$ 이며, 모두 5점 리커트 척도로 구성되었으며, 각 변인의 점수가 높을수록 각 변수의 경향이 높음을 의미한다. 그 외 개인환경적, 사회환경적 변인 12문항으로 구성되었다.

3. 조사대상 및 자료수집

조사대상은 서울시에 거주하는 전문대졸 이상 신세대 소비자를 대상으로 100부의 예비조사를 7월 15일~7월 30일까지 실시하여 요인분석과 panel test를 통해 신뢰도가 낮은 문항을 보완·수정하여 500부의 본조사를 1998년 9월 1일~10월 30일에 걸쳐 실시하였다. 내용기재를 부실하게 작성한 설문지를 제외하고 총 414부를 최종분석자료로 이용하였다.

4. 자료분석방법

신세대 소비자의 역할수행 및 녹색소비행동의 경향과 차이를 검증하기 위해 본 연구에서 사용된 통계분석은 빈도, 백분율, 평균, 표준편차, *t-test*, ANOVA 및 사후검증(Duncan's Multiple Ranges Test)을 하였다. 또한 신세대 소비자의 녹색소비행동에 영향력을 미치는 변인을 검증하기 위하여 회귀분석을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 분석

1. 조사대상자의 일반적 배경

〈표 1〉에서, 조사 대상자의 연령은 20세 이상~25세 미만이 78.8%, 성별은 여성이 86.2%, 학력은 대졸이상이 88.7%로 나타났다. 월 평균 가계소득은 200만원(35.6%)과 200만원이상~300만원 미만(31.6%)이 가장 높았고, 공동주택에 거주하는 응답자가 69.1%, 환경교육 수강을 하지 않은 경우가 80.2%를 차지하고 있었다. 또한 환경보존행사 및 지역사회 참여도는 “가끔 참여”, “자주 참여”가 과반수이상을 차지하고 있었다.

2. 신세대소비자의 소비자역할수행 및 녹색소비행동의 일반적 경향

신세대소비자의 소비자역할수행과 녹색소비행동의 일반적인 경향은 〈표 2〉와 같다.

신세대소비자의 소비자역할수행은 3.24점으로 중간점 이상의 수준이었다. 하위영역으로 ‘구매역할’은 3.99점, ‘시민참여역할’은 2.50점으로 신세대소비자의 소비자역할수행 중 ‘구매역할’이 ‘시민역할’보다 유의하게 높게 나타났다. 이러한 결과는 현대사회에서 좋은 구매자의 역할만으로 충분치 않고 오히려 한 시민으로서의 역할수행을 요구하는 소비자 역할과는 상반되고 있다. 여기서 ‘구매역할’은 소비의 합리성이나 효율성을 추구하여 개인의 효용창출을 극대화시키는 소비생활을 의미하며, ‘시민참여역할’은 사회적인 이익을 추구하여 소비자권리를 지키려는 역할수행이다. 개인적인 이익이 우선 순위일 수 있는 신세대소비자들에게 사회공동의 이익을 생각하는 신세대 소비 시민참여 역할은 결과적으로 환경보호를 위해 필요한 물론 개인의 이익도 보장이 된다는 소비의식의 강화는 중요한 요소이다. 이에 따라 사회각분야에서 의욕적으로 활동을 시작한 미래사회의 주역인 신세대소비자의 시민참여의 역할은 소비자주권 및 복지실현에 도움을 줄 것이다.

신세대소비자의 녹색소비행동도 3.21점으로 중간

〈표 1〉 조사대상자의 일반적 배경

(계 = 414 명)

변 인		빈도	%	변 인		빈도	%
연 령	20세미만	66	16.0	학 력	전문대재학 또는졸업	47	11.4
	20세이상~25세 미만	322	78.0		대졸 이상	366	88.7
	25세 이상	25	6.0		계	413	100.0
	계	413	100.0				
성 별	남	57	13.8	환경 교육 수강	유	79	19.8
	여	357	86.2		무	319	80.2
	계	414	100.0		계	398	100.0
월 평균 가계 소득	200만원 미만	133	35.6	환경 보전 행사 참여도	참여하지않음	138	35.1
	200만원이상~300만원 미만	118	31.6		가끔참여	124	31.6
	300만원이상~400만원 미만	66	17.6		자주참여	131	33.2
	400만원 이상	57	15.2		계	393	100.0
	계	374	100.0		지역 사회 참여도	참여하지않음	36
주거 형태	단독주택	123	30.9	가끔참여		217	55.2
	공동주택	375	69.1	자주참여		140	35.6
	계	398	100.0	계		393	100.0

※ 계가 다른 것은 무응답 자료 때문임

〈표 2〉 신세대소비자의 소비자역할수행 및 녹색소비행동의 일반적 경향

변인	구분	평 균	D	t / F값 및 유의도
	소비자역할 수행	구매 역할	3.99	
시민참여역할		2.50		
전 체		3.24		
녹색소비 행동	그린제품구매	3.40	B	245.2***
	환경관련활동참여	2.47	-D	
	환경자원재활용	3.13	-C	
	쓰레기분리수거	3.81	A	
	전 체	3.21		

※ *** p<.001

※ D : F검증의 경우 Duncan's Multiple Ranges Test

※ 5점 만점

점이상의 수준이었다. 하위영역간에 유의한 차이가 나타났다. 즉 '쓰레기분리수거'행동이 3.81점으로 가장 높은 수준이었으며, 다음으로 '그린제품구매'행동

이 3.40점, '환경자원재활용'행동이 3.13점의 순으로 나타났으며, '환경관련활동참여'행동은 2.47점으로 가장 낮은 수준이었다.

3. 신세대 소비자의 소비자역할수행

〈표 3〉에서 신세대소비자의 ‘전체’ 소비자역할수행은 월평균가계소득($p < .05$)·생태주의가치성향($p < .001$)·환경교육수강($p < .001$)·환경보전행사참여도($p < .001$)·지역사회참여도($p < .001$)에 따라 유의한 차이가 나타났다. 즉 월평균가계소득이 400만원이상의 집단이 타집단에 비해 소비자역할수행 수준이 더 높은 것으로 나타났다. 생태주의가치성향은 상·중·하의 3집단간에 각각 유의한 차이가 나타나 신세대소비자는 생태주의가치성향이 높을수록 소비자역할수행수준이 높다고 할 수 있다. 환경교육수강은 수강경험이 있는 집단이 없는 집단보다 소비자역할수행수준이 더 높게 나타났다. 또한 환경보전행사 참여도는 참여하지 않거나 가끔 참여하는 집단보다 자주 참여하는 집단의 소비자역할수행수준이 높았으며, 지역사회참여도의 경우에도 참여하지 않는 집단보다 가끔 참여하는 집단이나 자주 참여하는 집단의 소비자역할수행수준이 더 높았다.

하위영역 중 ‘구매역할’ 수행에서는 생태주의가치성향($p < .01$)·환경교육수강($p < .05$)·환경보전행사참여도($p < .05$)·지역사회참여도($p < .01$)에 따라 유의한 차이가 나타났으며, ‘시민역할’수행에서는 월평균가계소득($p < .01$)·생태주의가치성향($p < .01$)·환경교육수강($p < .001$)·환경보전행사참여도($p < .01$)·지역사회참여도($p < .01$)에 따라 유의한 차이가 나타났다. 즉 신세대소비자 중 소득이 높은 집단·생태주의가치성향이 높은 집단·환경교육수강 경험이 있는 집단·환경보전행사에 자주 참여하는 집단·지역사회참여를 가끔 하거나 자주 하는 집단의 경우 구매 및 시민참여역할수준이 대체로 더 높은 것으로 나타났다.

심각한 환경오염과 생태계의 파괴 등으로 생활환경이 급격히 손상되면서 현대소비자에게 구매나 사용보다는 처분자로서의 역할이 그 어느 때보다 중요한 시기이다. 환경교육수강 경험이 있거나 생태주의가치성향이 높은 신세대소비자의 소비자역할수행수준이 높게 나타난 결과에서 볼 때 생태주의가치성향과 관련지어 체계적이고 의도적인 초·중·고등학교의 환경교육 프로그램 개발은 환경의식적인 소비자

로서의 능력을 신장시키는 효과를 증대시킬 것이다. 환경보전행사참여도와 지역사회참여도가 높은 집단의 소비자역할수준이 높게 나타난 결과에서 환경친화적이면서 적극적인 참여행동을 보인 소비자가 현대사회에서 요구되는 소비자의 책임임을 알 수 있다.

4. 신세대 소비자의 녹색소비행동

신세대소비자의 녹색소비행동이 배경변인에 따라 어떠한 차이가 있는지 검증한 결과는 〈표 4〉와 같다.

‘전체’ 녹색소비행동에서는 성별·생태주의가치성향·환경교육수강·환경보전행사참여도·지역사회참여도에 따라 차이가 나타났다. 즉 성별에서는 신세대남성보다 신세대 여성, 환경교육 수강을 경험한 신세대 집단의 경우 녹색소비행동수준이 더 높게 나타났다. 또한 생태주의가치성향의 경우 하집단보다 중집단의·중집단보다 상집단의 녹색소비행동수준이 더 높게 나타났다. 환경보전행사참여도는 전혀 참여하지 않는 집단보다 가끔 참여하거나 자주 참여하는 집단의 녹색소비행동의 수준이 높은 것으로 나타났다.

하위영역 중 ‘그린제품구매’ 행동과 ‘환경자원재활용’ 영역에서는 ‘전체’ 녹색소비행동과 마찬가지로 성별·생태주의가치성향·환경교육수강·환경보전행사참여도·지역사회참여도에 따라 차이가 나타나서 ‘전체’ 녹색소비행동과 거의 동일한 결과이다.

또한 하위영역 중 ‘환경관련활동참여’ 영역에서는 월평균가계소득($p < .05$)·주거형태($p < .05$)·생태주의가치성향($p < .001$)·환경교육수강($p < .001$)·환경보전행사참여도($p < .001$)·지역사회참여도($p < .001$)에 따라 유의한 차이가 나타났다. 즉 월평균가계소득이 400만원 이상의 집단이 타집단에 비해 ‘환경관련활동참여’ 행동의 수준이 더 높게 나타났다. 주거형태가 공동주택보다 단독주택에 거주하는 경우 또한 환경교육수강경험이 있는 경우에 ‘환경관련활동참여’ 행동의 수준이 높게 나타났다. 또한 생태주의가치성향이 하집단보다 중·상집단이 ‘환경관련활동참여’ 행동의 수준이 높게 나타났다. 환경보전행사참여도는 참여하지 않는 집단보다 가끔 참여 또는 자주 참여하

〈표 3〉 신세대소비자의 배경변인에 따른 소비자역할수행

(계 = 414명)

변인		구 분	소비자 역할수행					
			구매역할		시민참여역할		전 체	
			평균	D	평균	D	평균	D
개인 환경적 변인	성별	남	3.89		2.40		3.30	
		녀	4.00		2.51		3.41	
		t 값	-1.42		-.96		-1.25	
	학력	전문대졸이하	3.94		2.43		3.34	
		대졸 이상	4.00		2.52		3.40	
		t 값	-.63		-.61		-.69	
	월평균가계소득	200만원 미만	3.93		2.42	B	3.33	B
		200만원이상~300만원 미만	4.07		2.49	B	3.44	AB
		300만원이상~400만원 미만	3.97		2.51	B	3.38	B
		400만원 이상	4.05		2.86	A	3.57	A
		F 값	1.71		4.18**		2.95*	
	주거 형태	단독주택	3.97		2.60		3.42	
		공동주택	3.98		2.46		3.38	
		t 값	-.15		1.75		.77	
생태주의 가치성향	하	3.80	C	2.31	B	3.20	C	
	중	3.97	B	2.54	A	3.40	B	
	상	4.15	A	2.64	A	3.55	A	
	F 값	16.18**		6.67**		7.98***		
사회 환경적 변인	환경 교육수강	유	4.10		2.94		3.63	
		무	3.95		2.40		3.33	
		t 값	2.17*		5.37***		4.39***	
	환경보전 행사참여도	참여하지않음	3.92	B	2.32	B	3.28	B
		가끔참여	3.94	B	2.53	A	3.37	B
		자주참여	4.09	A	2.64	A	3.51	A
		F 값	4.02*		6.07**		6.55**	
	지역사회 참여도	참여하지않음	3.76	B	2.24	B	3.15	B
		가끔참여	3.97	A	2.43	AB	3.35	A
		자주참여	4.07	A	2.67	A	3.51	A
F 값		4.95**		6.34**		7.98***		

※ * p<.05 ** p<.01 *** p<.001

※ D : F검증의 경우 Duncan's Multiple Ranges Test

는 집단의 '환경관련활동참여' 행동의 수준이 높게 나타났다. 지역사회참여도는 참여하지 않는 집단보다 가끔 참여하는 집단이, 가끔 참여하는 집단보다

자주 참여하는 집단의 '환경관련활동참여' 행동의 수준이 높게 나타나서 지역사회참여정도가 높을수록 '환경관련활동참여' 행동을 더 많이 하고 있었다.

〈표 4〉 신세대소비자의 배경변인에 따른 녹색소비행동

(계 = 414명)

변인		구분	녹색소비행동									
			그린제품 구매		환경관련 활동참여		환경자원 재활용		쓰레기 분리수거		전체	
			평균	D	평균	D	평균	D	평균	D	평균	D
개인 환경적 변인	성별	남	3.14		2.41		2.95		3.39		2.92	
		녀	3.44		2.48		3.16		3.88		3.16	
		t 값	-3.06**		-0.68		-2.08*		-3.96***		-3.03**	
	학력	전문대졸이하	3.41		2.45		3.07		3.72		3.08	
		대졸이상	3.40		2.48		3.14		3.83		3.14	
		t 값	.08		-.34		-.61		-.87		-.79	
	월평균 가계소득	200만원 미만	3.37		2.43	B	3.20		3.83		3.12	
		200만원이상~300만원 미만	3.46		2.49	B	3.15		3.79		3.16	
		300만원이상~400만원 미만	3.41		2.38	B	3.01		3.86		3.08	
		400만원 이상	3.53		2.77	A	3.20		3.93		3.29	
		F 값	1.04		3.18*		1.18		.38		.42	
	주거 형태	단독주택	3.44		2.59		3.22		3.74		3.19	
		공동주택	3.40		2.43		3.10		3.87		3.11	
		t 값	.647		2.09*		1.42		-1.58		1.42	
	생태주의 가치성향	하	3.06	C	2.18	B	2.89	B	3.53	C	2.82	C
중		3.46	B	2.57	A	3.23	A	3.82	B	3.20	B	
상		3.64	A	2.65	A	3.13	A	4.04	A	3.33	A	
F 값		35.0***		17.52***		11.67***		15.01***		38.40***		
사회 환경적 변인	환경 교육수강	유	3.56		2.88		3.30		3.93		3.36	
		무	3.37		2.38		3.09		3.80		3.08	
		t 값	2.29*		4.40***		2.18*		1.58		3.53**	
	환경보전 행사 참여도	참여하지않음	3.25	B	2.18	B	2.95	B	3.66	B	2.93	B
		가끔참여	3.43	A	2.61	A	3.16	A	3.83	AB	3.19	A
		자주참여	3.58	A	2.66	A	3.31	A	4.00	A	3.31	A
		F 값	9.31***		18.86***		7.58**		6.08**		18.43**	
	지역사회 참여도	참여하지않음	3.12	C	1.86	C	2.76	B	3.49	C	2.72	C
		가끔참여	3.35	B	2.41	B	3.09	A	3.76	B	3.08	B
		자주참여	3.58	A	2.73	A	3.31	A	4.02	A	3.33	A
F 값		9.85***		23.7***		9.42***		8.44***		22.64***		

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

* D : F검증의 경우 Duncan's Multiple Ranges Test

하위영역 중 '쓰레기분리수거' 영역에서는 성별·생태주의가치성향·환경보전행사참여도·지역사회참여도에 따라 차이가 나타났다. 즉 성별에서는 신

세대남성보다 신세대 여성의 경우 녹색소비행동의 수준이 더 높게 나타났다. 또한 생태주의가치성향 상 집단이 타집단에 비해 녹색소비행동수준이 더 높게

나타났다. 환경보전행사참여도는 참여하지 않은 집단보다 자주 참여하는 집단의 녹색소비행동수준이 높게 나타났다.

환경에 대한 관심이나 행동은 남녀노소의 구분 없이 이 시대를 살아가는 우리모두의 책임이기 때문에 가정이나 학교 또는 대중매체 등을 통해 모든 계층의 소비자에게 환경친화적인 의식과 행동을 증진시킬 수 있는 기회를 제공해야 할 것이다.

생태주의가치성향이 높은 집단이 녹색소비행동수준이 높게 나타난 결과는 엄하정(1993)·노남숙(1994)·박운아와 이기춘(1995)·계선자와 강기정(1998) 등의 연구결과와 일치하는 경향으로 환경적 위기를 극복하기 위해서는 생태지향적인 가치관의 정립이 중요한 과제라고 할 수 있다.

환경교육수강의 경험이 있는 경우 녹색소비행동의 수준이 높게 나타난 본 연구 결과는 여대생이 조사 대상인 정선용(1989)·노채영(1991), 청소년이 대상인 강희선(1993), 주부가 대상인 이무영(1993)·최남숙(1994) 등의 연구결과와 유사한 경향이다. 이는 환경교육은 세대와는 관계없이 모든 연령층에 대하여 확대실시를 해야함을 시사해주고 있다.

지역사회참여도와 환경보전행사참여도가 높은 신세대소비자의 녹색소비행동수준이 높게 나타난 결과는 지역사회조직 활용도가 높을수록 주부들이 환경친화적인 녹색소비행동하는 것으로 나타난 이무영(1993)·계선자와 강기정(1998) 등의 연구결과와 유사한 경향이다. 이는 지역사회를 중심으로 한 소규모의 각종 관계망을 환경보호지향적인 소비운동으로 활성화시킨다면 소비자주의실현의 지름길이 될 것으로 사료된다.

5. 신세대소비자의 소비자역할수행에 따른 녹색소비행동

〈표 5〉에서 '전체' 녹색소비행동은 소비자역할인 '구매역할' 과 '시민참여역할'에서 모두 유의한 차이($p<.001$)가 나타났다. 즉 '구매역할' 과 '시민참여역할' 수준이 하 집단보다 중 집단, 중 집단보다 상 집단의 녹색소비행동수준이 높게 나타났다. 또한 녹색

소비행동의 하위영역인 '그린제품구매'·'환경관련 활동참여'·'환경자원재활용'·'쓰레기분리수거'의 모든 영역에서도 대체로 동일한 결과가 나타났다.

6. 신세대소비자의 녹색소비행동에 영향을 미치는 변인

〈표 6〉에서 '전체' 신세대소비자의 녹색소비행동에 영향을 미치는 변인은 소비자역할 중 '시민참여역할'($\beta=.31$)과 구매역할($\beta=.27$)·생태주의가치성향($\beta=.26$)·환경보전행사참여도($\beta=.20$)이었으며, 이들 4개 변인의 설명력은 44.6%로 나타났다. 즉 소비자역할 중 '시민참여역할' 과 '구매역할' 의 수행수준이 높을수록·생태주의가치성향과 환경보전행사참여도가 높을수록 신세대소비자의 녹색소비행동의 수준이 높았으며, 소비자역할 중 '시민참여역할' 이 가장 예측력이 큰 변인이었다.

다음으로 하위영역 중 '그린제품구매'에 영향을 미치는 변인은 소비자역할 중 '구매역할'($\beta=.32$)과 '시민참여역할'($\beta=.20$)·생태주의가치성향($\beta=.29$)·환경보전행사참여도($\beta=.11$)이었으며, 이들 4개 변인의 설명력은 40.8%로 나타났다. 즉 소비자역할로서 '구매역할' 과 '시민참여역할' 의 수행수준이 높을수록·생태주의가치성향과 환경보전행사참여도가 높을수록 신세대소비자의 '그린제품구매' 의 녹색소비행동의 수준이 높았으며, 소비자역할 중 '구매역할' 이 가장 예측력이 큰 변인이었다.

하위영역 중 '환경관련활동참여' 에 영향을 미치는 변인은 소비자역할 중 '시민참여역할'($\beta=.40$)·환경보전행사참여도($\beta=.23$)·생태주의가치성향($\beta=.22$)·환경교육수강($\beta=.11$)이었으며, 이들 4개 변인의 설명력은 41.3%로 나타났다. 즉 소비자역할 중 '시민참여역할'의 수행수준이 높을수록·환경보전행사참여도와 생태주의가치성향이 높을수록·환경교육을 수강한 경험이 있는 경우에 신세대소비자의 '환경관련활동참여'의 녹색소비행동의 수준이 높았으며, 소비자역할 중 '시민참여역할'이 가장 예측력이 큰 변인으로 나타났다.

하위영역 중 '환경자원재활용'에 영향을 미치는 변

〈표 5〉 신세대소비자의 소비자역할수행에 따른 녹색소비행동

(계 = 414명)

변인			구분		녹색소비행동									
					그린제품 구매		환경관련 활동참여		환경자원 재활용		쓰레기 분리수거		전체	
			평균	D	평균	D	평균	D	평균	D	평균	D		
소비자 역할 수행	구매역할	하	3.05	C	2.28	B	2.91	C	3.49	C	2.86	C		
		중	3.38	B	2.39	B	3.13	B	3.86	B	3.10	B		
		상	3.38	A	2.76	A	3.14	A	4.09	A	3.44	A		
		F 값	49.62***		16.55***		13.39***		18.37***		43.86***			
	시민참여 역할	하	3.11	C	2.08	C	2.90	C	3.59	B	2.83	C		
		중	3.44	B	2.50	B	3.14	B	3.88	A	3.16	B		
		상	3.67	A	2.85	A	3.36	A	3.98	A	3.41	A		
		F 값	28.09***		43.25***		13.18***		8.48***		45.47***			

※ 소비자역할수행'의 상·중·하의 구분은 평균·표준편차·빈도를 고려하여 집단을 구분함

〈표 6〉 신세대소비자의 녹색소비행동에 영향을 미치는 제 변인

종속변인	독립변인	b	β	상수 F 비 R ²	
녹색소비행동(전체)	시민참여역할	.45	.31***	.449 85.3*** .446	
	구매역할	.21	.27***		
	생태주의가치성향	.22	.26***		
	환경보전행사참여도	.26	.20***		
하위 영역	그린제품 구매	구매역할	.37	.32***	.252 58.12*** .408
		생태주의가치성향	.28	.29***	
		시민참여역할	.16	.20***	
		환경보전행사참여도	.06	.11*	
	환경관련 활동참여	시민참여역할	.37	.40***	.146 60.25*** .413
		환경보전행사참여도	.15	.23***	
		생태주의가치성향	.24	.22***	
		환경교육수강	.21	.11*	
	환경자원 재활용	구매역할	.37	.27***	1.23 20.48*** .193
		시민참여역할	.18	.19***	
		지역사회참여도	.09	.16***	
	쓰레기 분리수거	구매역할	.325	.21***	1.27 17.10*** .166
생태주의가치성향		.20	.16***		
성 별		.37	.16**		
	환경보전행사참여도	.08	.12**		

※가변인 성별 : 기준-남·비교-여, 환경교육수강: 기준-무·비교-유

인은 소비자역할 중 '구매역할'($\beta=.27$)과 '시민참여역할'($\beta=.19$)·지역사회참여도($\beta=.16$)이었으며, 이들 3개 변인의 설명력은 19.3%로 나타났다. 즉 소비자역할 중 '시민참여역할'과 '구매역할'의 수행수준과 지역사회참여도가 높을수록 신세대소비자의 '환경자원재활용'의 녹색소비행동의 수준이 높았으며, 소비자역할 중 '구매역할'이 가장 예측력이 큰 변인으로 나타났다.

마지막으로 '쓰레기분리수거'에 영향을 미치는 변인은 소비자역할 중 '구매역할'($\beta=.21$)·생태주의가치성향($\beta=.16$)·성별($\beta=.16$)·환경보전행사참여도($\beta=.12$)이었으며, 이들 4개 변인의 설명력은 16.6%로 나타났다. 즉 소비자로서 '시민참여역할'의 수행수준과 생태주의가치성향이 높을수록·여성인 경우·환경보전행사참여도가 높을수록 신세대소비자의 '쓰레기분리수거'의 녹색소비행동의 수준이 더 높았으며, 소비자역할 중 '구매역할'이 가장 예측력이 큰 것으로 나타났다.

'시민' 또는 '구매자'로서의 소비자역할이 '전체' 녹색소비행동이나 각 하위영역에서 가장 예측력이 큰 변인이고 생태주의가치성향이 대부분의 영역에서 주요 영향변인으로 나타났다. 이는 학교교육과 사회교육을 통하여 이루어지는 소비자교육의 방향이 건전한 생태주의가치성향에 입각한 소비가치관을 확립하게 하고 경제적 효율성에 기초한 구매자나 사용자 역할 이상으로 처분자 또는 쓰레기생산자로서의 소비자능력향상을 목표로 실생활에서 생활화할 수 있도록 해야함을 시사해주고 있다.

환경보전행사참여도가 높을수록 녹색소비행동의 수준이 높게 나타난 결과에서 소비자운동과 환경운동이 서로 긴밀한 연계성을 가지고 이러한 시민운동에 소비자들이 손쉽게 녹색소비활동에 참여할 수 있도록 유도를 할 필요가 있을 것이다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 신세대소비자의 소비자역할수행과 녹색소비행동은 어떠한 경향을 나타내고 있으며, 이들 변인에 영향을 미치는 변인을 검증하여 환경친화적인

녹색소비생활을 유도할 수 있는 방안을 모색하는데 그 목적이 있다.

이상의 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 신세대소비자의 소비자역할수행은 '구매역할'이 '시민참여역할'보다 더 높게 나타났다. 신세대소비자의 녹색소비행동은 '쓰레기분리수거' 행동수준이 가장 높고 다음으로 '그린제품구매'·'환경자원재활용'·'환경관련활동참여' 행동의 순으로 나타났다.

둘째, 신세대소비자의 배경변인에 따른 소비자역할수행은 월평균가계소득·생태주의가치성향·환경교육수강·환경보전행사참여도·지역사회참여도가 높을수록 높았다.

셋째, 신세대소비자의 배경변인에 따른 녹색소비행동은 여성이며, 생태주의가치성향·환경교육수강·환경행사참여도·지역사회참여도가 높을수록 높게 나타났다.

넷째, 신세대소비자의 소비자역할수행 수준에 따른 녹색소비행동은 '구매역할'과 '시민참여역할'이 높을수록 높았다.

다섯째, 신세대소비자의 녹색소비행동에 영향을 미치는 변인은 소비자역할로서 '시민참여역할'과 '구매역할'·생태주의가치성향·환경보전행사참여도 나타났다. 즉 소비자역할 중 '시민참여역할'과 '구매역할'의 수행수준이 높을수록·생태주의가치성향과 환경보전행사참여도가 높을수록 신세대소비자의 녹색소비행동의 수준이 높게 나타났으며, 소비자역할 중 '시민참여역할'이 가장 예측력이 큰 변인으로 나타났다.

이상의 연구결과로부터 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

환경보존행사 참여도와 지역사회참여도는 신세대 소비자 역할과 녹색소비행동에 정적인 영향을 주는 변인으로 나타났다. 그러나 신세대 소비자 역할 수행 중 다수 소비자 공동의 이익을 추구하려는 시민으로서의 역할수행이 녹색소비행동에 가장 큰 영향력을 미치는 변인임에도 불구하고 시민으로서의 역할 참여는 구매자로서의 역할보다 낮게 나타났다. 이는 후기산업시대의 풍요한 소비환경 속에서 성장해 온 신세대 소비자의 개성주의·편의주의형 소비행태

에서 비롯된 것으로 추측할 수 있다. 현대는 시민이 주축이 되어 그 사회가 바람직한 것으로 여겨지는 방향으로 사회를 이끌어가는 각종 시민운동의 중요성이 그 어느때 보다 강조되는 시기일 뿐 아니라 환경친화적 녹색소비자 운동은 지구상 모든 인류가 가장 공감하는 시민운동으로 확산 될 것이기 때문에 2000년대 주역이 될 신세대 소비자의 시민으로서의 역할 수행은 무엇보다 중요할 것이다.

앞으로 환경위기를 극복하기 위해 신세대 소비자가 녹색 지역사회를 만들기 위한 공동체 운동에 자발적으로 참여할 수 있는 여건 조성은 물론, 개인지향적 사고방식이 강한 신세대 소비자들이 무분별한 자원낭용을 지양하고, 타인과 공존하는 소비의식을 갖도록 환경교육에 접할 수 있는 기회를 가정과 사회에서 제공해야 할 것이다. 아울러 신세대 소비자들은 물질의 소유와 편리함보다는 다소 불편하더라도 거시적인 안목에서 환경자원 재활용을 생활화하고, 환경관련제품을 구매하는 습성을 들일 수 있는 구매자로서의 역할을 수행해야 할 것이다.

정부에서는 그린마케팅을 하는 업체를 지원하고 환경을 훼손시키는 기업체의 감시·처벌·감독을 강화해야 할 것이며, 신세대 소비자들에게 환경마크와 그린제품에 대한 정보를 제공하도록 해야 할 것이다.

그리고 기업측면에서도 제품의 내구성과 수명이 긴 제품 생산에 주력해야 할 것이며, 그린마케팅을 통해 신세대 소비자들이 그린제품을 이용할 수 있도록 각 제품마다 재활용 방법을 표시하고, 과잉포장을 억제하며, 새로운 그린제품개발을 위한 지속적인 연구가 필요하다.

생태주의 가치성향은 신세대 소비자의 소비자 역할수행과 녹색소비행동에 긍정적인 영향을 미치는 변인으로 나타나고 있다. 인간의 가치는 개인의 행동 방향을 유도하는 지름길이며, 아울러 생태주의 가치성향은 개인 중심이 아닌 타인과 환경이 우선되어야 하는 가치성향이기에 때문에 환경오염을 극복하면서 더불어 사는 사회를 만들기 위해서는 생태지향적 가치성향의 확립이 중요한 과제이다. 또한 환경교육의 경험도 소비자 역할수행은 녹색소비 행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 따라 소

비자 교육의 방향을 생태계와의 균형을 유지하면서 환경친화적인 소비생활을 영위할 수 있는 소비생활을 목표로 하여 가정교육, 학교교육, 사회교육으로 이어지는 평생교육차원에서 이루어지도록 해야 할 것이다.

끝으로 본 연구의 대상은 서울시에 거주하는 전문대졸 이상 신세대로 한정하였으므로 연구결과를 일반화하는데 연구의 제한점이 있다. 이에 따라 후속 연구에서는 지역별, 직종별, 교육수준 등 대상 폭을 넓혀 녹색소비 환경정착을 위한 다각적 접근이 요망된다.

【참 고 문 헌】

- 1) 강경아(1998). 도시주부의 그린제품 구매행동과 환경보존 행동에 대한 연구. 숙명여대 석사학위논문.
- 2) 강희선(1993). 청소년소비자의 환경문제에 대한 의식과 행동에 관한 연구. 숙명여대 석사학위논문.
- 3) 계선자·강기정(1998). 도시주부의 가치성향에 따른 녹색소비행동에 관한 연구. 한국가족자원경영학회 2(1), 103-117.
- 4) 계선자·변순희(1996). 어머니의 소비자의식과 아동기 자녀의 환경보전행동에 관한 연구. 생활과학연구지, 숙대 창학90주년 기념특집호. 숙대 건강·생활과학연구소. 25-40.
- 5) 노남숙(1994). 주부의 환경관리지식인지도와 환경관리행동에 관한 연구. 이화여대 석사학위논문.
- 6) 노채영(1991). 환경문제에 대한 소비자의식과 행동에 관한 연구 - 광주시 여대생을 중심으로 -. 전남대 석사학위논문.
- 7) 박운아(1988). 소비자태도와 역할수행에 관한 연구. 서울대 석사학위논문.
- 8) 박운아·이기춘(1995). 환경의식적 소비자 행동에 관한 연구. 대한가정학회지 33(4), 199-212.
- 9) 박재홍(1995). 신세대의 일상적 의식과 하위문화에 관한 질적 연구. 한국사회학 29 (가을호), pp 651-683.
- 10) 백경미(1987). 소비자의 에너지 소비절약의식 및

- 관련변인에 관한 연구 - 서울시 주부를 중심으로 -. 서울대 석사학위논문.
- 11) 백경미(1995). 도시주부의 과소비성향과 영향 요인. 서울대 박사학위논문.
 - 12) 변순희(1994). 주부의 환경보전의식 및 행동에 따른 쓰레기 처리에 대한 관심도. 숙명여대 석사학위논문.
 - 13) 서정희(1991). 환경문제에 관한 소비자기능과 관련변수에 관한 연구. 한국가정관리학회지 9(2), 93-101.
 - 14) 송보경·김재옥(1990) 소비자운동 - 저항인가/협력인가. 소비자문제를 연구하는 시민의 모임.
 - 15) 안기희(1991). 오늘 새, 내일은 인간. 홍문관.
 - 16) 엄하정(1993). 환경오염 감소와 관련된 주부의 관리행동. 서울대 석사학위논문.
 - 17) 여흥기(1978). 소비자 보호운동에 관한 실증적 연구. 계명대 석사학위논문.
 - 18) 이기춘(1985). 소비자 능력개발을 위한 소비자 교육에 관한 연구. 서울대 박사학위논문.
 - 19) 이기춘(1990). 소비자교육학. 교문사.
 - 20) 이무영(1993). 주부의 가정관리행동유형과 환경 문제에 대한 관리행동. 숙명여대 석사학위논문.
 - 21) 이승신·이혜임·류미현(1993). 환경보존을 위한 소비자 능력. 환경문제와 소비자. pp 2-37
 - 22) 이정우 외 7인(1996). 신세대 기혼남녀의 라이프 스타일 및 가정경영의식. 대한가정학회지 34(6), pp367-386
 - 23) 이종열(1994). 쓰레기 재활용의 활성화에 관한 연구. 성균관대 석사학위논문.
 - 24) 장혜경(1992). 도시주부의 소비자 의식과 자원보존행동에 관한 연구. 숙명여대 석사학위논문.
 - 25) 정선용(1989). 여대생의 소비자역할수행에 관한 연구. 숙명여대 석사학위논문.
 - 26) 최남숙(1993). 서울시 주부들의 환경교육과 환경보전행동에 관한 연구. 이화여대 박사학위논문.
 - 27) 한국일보사(1990). 신세대 : 그들은 누구인가? 상·하권
 - 28) Arbuthnot, J. (1977) The roles of attitudinal and personality variables in the prediction of Environment & behavior and knowledge. *Environment and Behavior* vol. 9. (June) pp 602-616.
 - 29) Peter, W. H. (1974) Who cooperates in voluntary recycling Efforts? Proceedings of the 36th combined conference. American Marketing Association. pp 505-508