

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2024.10.5.269>

JCCT 2024-9-32

1회용품 사용규제에 대한 소비자의 인식 유형 연구

A study on consumer perception types regarding regulations on the use of disposable products

백현진*, 최흥철**

Hyunjin Baek*, Hongcheol Choi**

요약 본 연구는 1회용품 사용규제에 대한 소비자의 인식을 유형화하고 분석하였다. 연구결과, 제1유형인 '적극 참여형'은 1회용품 사용 제한은 개인의 자율에 맡기기보다는 규제를 통해 이루어져야 하며 환경보호라는 사회적 가치에 부합하는 소비를 위해서는 불편도 감수할 수 있어야 한다는 견해를 나타냈으며, 제2유형인 '참여 갈등형'은 1회용품 사용규제의 필요성을 인정하고 당위적으로 참여해야 한다고 생각하지만 실제 소비에 있어 참여에는 적극적이지 못하고 갈등을 느낀다는 견해를 표출하였다. 그리고 제3유형인 '참여 무관심형'은 1회용품 사용규제 자체를 반대하는 것은 아니나 현재의 규제는 현실을 반영하지 못하였다고 생각하며 1회용품 사용규제에 관심과 참여의사가 별로 없다는 태도를 보이고 있었다. 이러한 연구결과는 1회용품 사용규제 방안 마련에 소비자 인식을 반영할 필요가 있음을 시사하며, 소비자의 적극적 참여를 높일 수 있는 소비자 교육 및 실천 방안 마련에 이바지할 수 있을 것으로 기대된다.

주요어 : 1회용품 사용규제, 소비자 인식, 소비자 내적 갈등, Q 방법론

Abstract This study categorized and analyzed consumers' perceptions of regulations on the use of disposable products. As a result of the study, the first type, 'active participation type', expressed the view that in order to consume in line with social values, one must be willing to endure inconveniences. The second type, 'participation conflict type', expressed the view that although they think they should participate, they are not active in participating in actual consumption and feel conflicted. And the third type, 'participation indifference type', showed an attitude that there was little interest and intention to participate in the regulation on the use of disposable products. These findings suggest that consumer awareness needs to be reflected in the preparation of regulatory measures, and are expected to contribute to the preparation of consumer education and action plans.

Key words : Regulations on the use of disposable products, Consumer perception, Consumer internal conflict, Q Methodology

1. 서론

1회용품 사용은 환경오염 및 자원낭비 문제를 유발하므로 그간 정부는 1994년 '자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률' 제정을 시작으로 1회용품 사용을 줄이

기 위해 여러 사용규제 방안을 마련하고 시행해 왔다. 그러나 이러한 정부의 노력에도 불구하고 우리나라의 1회용품 사용량을 살펴보면 1회용컵의 경우 2009년 191억개에서 2018년 294억개로, 비닐봉투의 경우 2009년 176억개에서 2018년 255억개로 크게 증가하였다[1]. 이

*정희원, 금융감독원 수석조사역 (제1저자)

**정희원, 전남대학교 가정교육과 조교수 (교신저자)

접수일: 2024년 7월 7일, 수정완료일: 2024년 8월 10일

게재확정일: 2024년 9월 10일

Received: July 7, 2024 / Revised: August 10, 2024

Accepted: September 10, 2024

**Corresponding Author: hc.choi@jnu.ac.kr

Dept. of homeedu, Chonnam National Univ, Korea

에 정부는 2022년 1회용품 사용규제 강화방안을 새로이 마련하고 2023년 11월부터 시행할 예정이었으나 시행직전 소비자 불편과 비용증가를 이유로 동 규제를 시행하지 아니하고 자율참여로 방향을 전환한 바 있다[2].

1회용품 사용규제는 1회용품의 사용 감량 및 재활용을 촉진하기 위한 것으로 궁극적으로는 사회적 가치인 환경보호를 추구하기 위한 것이다. 한편, 소비자는 소비의 방식을 스스로 선택하고 최대한의 편의를 추구할 권리를 가진다. 그리고 소비자는 사회적 가치를 지향하는 소비에서는 행복감을 느낄 수 있지만 소속 집단의 규범에 어긋나는 소비를 할 때는 갈등을 겪을 수 있다[3]. 1회용품 사용규제에 따른 소비는 환경오염 및 자원낭비 방지 등의 사회적 가치를 지향하는 소비이지만 한편으로는 소비자의 선택권을 침해할 수 있고 불편을 야기할 수도 있으며 비용도 증가할 수도 있기 때문에 소비자에게 사회적 가치 추구하고 개인 편의 추구 간의 내적 갈등을 유발할 수 있으며 때로는 소비자의 반발이나 저항까지도 불러올 수도 있다. 소비자 입장에서 1회용품 사용을 지양하는 친환경 소비는 여러 가지 심리적 불편함을 유발할 수 있고 이러한 심리적 불편함은 친환경 소비의사를 저해하는 작용을 할 수 있는 것이다[4]. 아울러 1회용품 사용 줄이기와 같은 친환경행동은 환경의 공공재로서의 성격과 비교적 낮은 강제성으로 인해 기본적으로 소비자의 태도와 행동이 불일치할 가능성이 매우 높다[5].

일반적으로 1회용품 사용규제는 사회적 가치인 환경보호를 위한 바람직한 정책으로 받아들여지고 있는데 받아들이는 것과 이것이 소비자의 실제 소비 선택 또는 소비 행동으로 이어지는 것은 또 다른 문제이다. 비록 소비자가 환경보호와 같은 사회적 가치를 추구하더라도 실제 소비에 있어서는 갈등을 경험할 수 있는 것이다. 그러나 그동안의 대부분 규제와 마찬가지로 1회용품 사용규제와 관련한 논의는 환경이나 사회경제적인 차원에서 거시적으로 이루어졌기 때문에 규제 대상자인 소비자의 의견이나 인식은 상대적으로 중요하게 다루어지지 않았다. 정책 수립시 핵심적인 가치 간의 갈등을 이해하는 것은 매우 중요하므로 정책의 수립은 이와 같은 갈등의 이해에서 출발하여야 한다.

아울러 1회용품 사용규제에 대해 소비문화에 대한 성찰이 없다는 비판 또한 제기되고 있는 상황이다[6]. 1회용품 사용규제의 실효성을 높이기 위해서는 과태료

등 제제도 의미가 있지만 소비자의 자발적 참여가 무엇보다 중요하며 이를 위해서는 규제 마련에 앞서 1회용품 사용규제에 대한 소비자의 인식을 면밀히 살펴볼 필요가 있다. 그러나 그동안 정부나 연구계에서 1회용품 사용규제 마련에 앞서 소비자의 인식을 제대로 파악한 바는 찾아보기 어렵다. 다만, 지역의 시민단체나 소비자단체가 주도하여 특정 지역의 1회용품 사용실태나 1회용품 사용에 대한 주민들의 인식을 조사한 사례나 대학생 소비자를 대상으로 장소를 교대로 한정하여 양적 연구를 통해 환경보호태도와 1회용품 사용량에 대해 살펴본 연구 정도가 진행되었을 뿐이다[7].

이에 본 연구는 주관성 연구에 효과적인 Q 방법론을 활용하여 1회용품 사용규제에 대한 소비자의 인식을 유형화하고 분석하여 소비자의 적극적 참여를 높일 수 있는 소비자 교육 및 실천 방안 마련에 이바지하고자 한다.

II. 연구방법

1회용품 사용규제로 인해 사회적 가치 추구하고 개인 편의 추구라는 가치의 충돌로 인해 소비자가 갈등을 경험할 수 있는 상황에서 소비자의 내면을 충분히 이해하기 위해서는 사람의 다양한 관점 또는 시각을 확인하는데 효용성이 높아 심리학이나 신문방송학 또는 정치학이나 간호학 등으로 꾸준히 외연을 확장하고 있고, 인간의 주관성에 대한 객관적 접근방법을 제공해 주는 Q 방법론을 사용하는 것이 타당할 수 있다[8, 9]. 이에 본 연구에서는 1회용품 사용규제에 대한 소비자 인식을 분석하고자 Q 방법론을 활용하였다.

1. Q 모집단 확보

본 연구에서는 Q 모집단을 확보하기 위해 먼저 관련 문헌을 고찰하였다. 문헌 고찰은 1회용품 사용규제와 관련한 기존 연구, 정부 부처 보도자료, 한국소비자원 및 시민단체 캠페인 자료, 언론 기사 등을 중심으로 진행하였고 이를 통해 50개의 진술문을 추출하였다.

다음으로 1회용품 사용규제를 실제 경험하고 있는 소비자의 반응과 소비자의 입장에서 언어를 살펴보기 위해 30대 남녀 각각 1명씩 2명, 40대 남녀 각각 1명씩 2명 등 총 4명을 대상으로 사전 면담을 실시하였다. 이러한 사전 면담을 통해 추가로 15개의 진술문을 확보하였다.

2. Q 진술문의 선정

확보된 총 65개의 진술문을 전문가 2인에게 내용타당도 검증은 의뢰하여 불필요하거나 중복되는 진술문을 제거하고 수정하여 최종적으로 34개의 Q 진술문을 확정하였다.

3. P 표본의 구성

Q 방법론은 개인 사이의 차이가 아니라 개인 내에서의 의미의 중요성이 연구대상이므로 P 표본의 선정에 있어 무작위 표집이 필요 없으며 적은 수의 표본으로 충분하다[10]. 이렇게 표본수가 적고 무작위 추출이 필요 없어 Q 진술문 작성 관련 논의는 활발한 것과 달리 연구대상자인 P 표본에 대한 논의는 많지 않은 것으로 추정할 수 있다[8].

본 연구에서는 편의적 표집을 통해 대도시와 중소도시 그리고 농어촌에 거주하는 20명을 연구대상자로 선정하였다.

4. Q 분류

본 연구에 있어 Q 분류 절차로 먼저 응답자에게 각각의 진술문이 기재된 카드들을 모두 읽게 하였다. 그리고 가장 동의하는 것(+), 중립(0) 그리고 가장 반대하는 것(-)으로 크게 3개의 그룹으로 분류하게 한 후 동의하는 진술문 중에서 가장 동의하는 것부터 차례로 선택하여 바깥쪽에서 안쪽으로 배치하게 하고 중립 부분에서 마치도록 하였다. 그리고 동일한 방법으로 반대하는 진술문들을 분류하게 하였다. 이러한 방법을 통해 진술문들을 <그림 1>과 같은 유사정규분포의 형태로 배치하게 하였다.

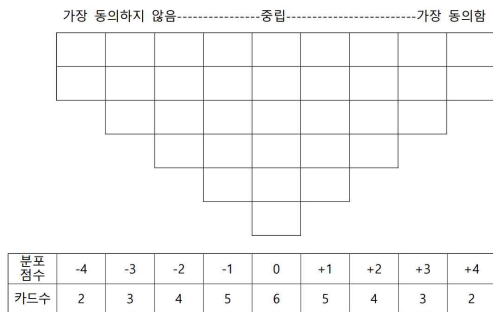


그림 1. Q 분포도
 Figure 1. Q-Sort Distribution

5. 자료의 처리

수집된 자료의 분석을 위해 PQMethod 2.11 프로그램을 이용하였다. P 표본으로 선정된 20명으로부터 수집된 자료를 입력하고 주요인분석방법을 이용하여 Q 요인분석을 실시하였다. 그리고 추출된 요인들이 중복되지 않으면서 직각 관계를 가질 수 있도록 베리맥스(varimax) 방식으로 회전시켰다.

III. 연구결과

1. 유형의 추출

분석결과 아이겐값(Eigen Value) 1.0 이상을 기준으로 요인의 수를 여러 가지로 다양하게 입력하여 산출한 결과 중 표본 손실과 설명력 등을 고려하여 가장 적합하다고 판단되는 3개의 유형을 최종적으로 선택하였다. 이렇게 선택된 3개의 유형은 전체 변량의 68%를 설명하고 있으며 각 유형별 설명력은 1유형이 39%, 2유형이 21% 그리고 3유형이 8%로 나타났다.

표 1. 응답자의 요인분석표
 Table 1. Factor Loadings of Respondents

응답자	요인			배경 변수		
	1	2	3	연령	성별	거주지역
7	0.8817	0.0714	-0.0147	40대	남자	대도시
13	0.8529	0.2826	0.1048	10대	남자	중소도시
12	0.8104	0.247	0.0387	40대	남자	중소도시
2	0.7718	0.4061	-0.1025	40대	여자	대도시
6	0.7429	0.3638	-0.1413	40대	남자	대도시
10	0.7355	0.344	0.1619	30대	남자	대도시
18	0.728	0.0192	0.3488	40대	남자	대도시
15	0.7184	0.3782	-0.1348	40대	남자	중소도시
14	0.6938	0.4758	-0.093	40대	여자	중소도시
8	0.6934	0.0004	0.3323	30대	남자	대도시
4	0.6923	0.2795	-0.216	30대	여자	대도시
1	0.6913	0.274	-0.1023	50대	여자	농어촌
16	0.6259	0.3788	-0.2572	40대	남자	대도시
5	0.3821	0.1404	-0.1062	40대	남자	농어촌
19	0.1944	0.9284	0.0203	40대	남자	중소도시
20	0.1975	0.9099	0.0279	30대	여자	중소도시
3	0.2846	0.8286	0.0694	40대	여자	대도시
17	0.3896	0.5575	-0.3949	40대	남자	대도시
11	0.2421	0.2881	0.7895	10대	여자	중소도시
9	-0.3277	-0.379	0.6089	30대	남자	대도시
설명력	39%	21%	8%			

2. 1회용품 사용규제에 대한 인식유형

Q 요인분석을 통해 파악한 3개의 유형을 파악하고 해석하기 위하여 진술문 가운데 응답자가 양극단으로 배열한 진술문(요인이 -4, -3 및 3, 4)을 바탕으로 분석하였다.

표 2. Q 진술문의 요인가
Table 2. Factor Q-Sort Values for Each Statement

번호	Q 진술문	요인가		
		요인1	요인2	요인3
1	1회용품 사용규제는 소비자의 선택권을 제한하므로 부정적으로 생각한다	-4	-2	-1
2	1회용품 사용의 문제는 규제로 해결할 것이 아니라 자율에 맡겨야 한다	-4	0	-4
3	사회적 가치에 부합하는 소비를 위해 불편을 감수할 수 있어야 한다	3	1	1
4	나는 1회용품 규제에 별로 관심이 없다	-1	-1	3
5	1회용품 사용규제는 결국 사업자에게도 이익이 될 것이다	0	1	-4
6	1회용품 사용규제는 당위성에 매몰되어 무리하게 추진되는 정책이다	-3	-3	2
7	1회용품 사용규제는 환경을 보호하는 정책이므로 긍정적으로 생각한다	4	1	1
8	1회용품 규제는 나에게 영향을 미치지 않는다	-2	-1	1
9	소비자는 자신의 만족을 극대화하는 방향으로 소비하는 것이 당연하다	1	0	-3
10	1회용품 사용규제는 바람직한 정책이라고 생각한다	3	0	0
11	사업자는 소비자의 만족을 극대화하는 방향으로 서비스를 제공해야 한다	1	-3	1
12	규제를 하지 않으면 1회용품 사용은 계속 증가할 것이다	3	2	-1
13	규제를 하더라도 사람들은 계속 1회용품을 사용하려 할 것이다	0	1	0
14	당장의 만족보다는 사회와 미래를 고려한 소비를 해야 한다	4	1	2
15	1회용품 사용규제 취지에 동참하지만 참여에 피로감을 느낀다	0	4	3
16	1회용품 사용규제는 소비자의 만족을 고려하지 않은 정책이다	-1	-2	-1
17	1회용품 사용규제는 사람들의 인식 변화를 유도할 것이다	2	0	-1
18	1회용품 사용규제는 장기적으로 소비자에게도 이익이 될 것이다	1	2	0
19	사업자는 사회적 가치에 부합하는 서비스를 소비자에게 제공해야 한다	1	1	1
20	어떻게 소비할지는 소비자가 자유롭게 선택할 문제이다	-1	0	4
21	1회용품 사용에 대한 자발적 자제가 어려우므로 규제가 필요하다	2	-1	-2
22	1회용품 사용규제는 소비자를 불편하게 만들기 때문에 부정적으로 생각한다	-3	-4	0
23	나의 소비를 환경과 연관지어 생각하고 싶지 않다	-2	-1	-1

24	1회용품 사용규제는 향후 더욱 강화되어야 한다고 생각한다	2	-3	-2
25	1회용품 사용규제를 반대하지만 대놓고 말하기 꺼리겠다	-2	0	-3
26	환경보호를 위해 1회용품 사용규제에 적극 협조해야 한다	2	3	-2
27	1회용품 사용규제의 환경보호 효과는 크지 않다	-3	-2	-2
28	규제에 대해적으로 동의하지만 내가 불편해지는 것은 싫다	-1	3	-3
29	1회용품 사용을 줄이려고 하지만 실천하기가 어렵다	0	4	4
30	1회용품 사용규제는 자원 절약에 도움이 되므로 긍정적으로 생각한다	1	2	2
31	규제 이후 1회용품 사용시 마음속에서 거리낌이 느껴진다	0	3	0
32	사회적 가치라는 명분에 소비자 편의가 희생되는 것은 부당하다	-2	-1	0
33	1회용품 사용규제는 소비자의 비용증가로 이어질 것이다	0	-2	2
34	1회용품 사용규제는 현실을 파악하지 못한 탁상행정이라고 생각한다	-1	-4	3

1) 제1유형: 적극 참여형

제1유형은 1회용품 사용 제한은 개인의 자율에 맡기보다는 규제를 통해 이루어져야 하며 환경보호라는 사회적 가치에 부합하는 소비를 위해서는 불편도 감수할 수 있어야 한다는 견해를 표출하였으므로 ‘적극 참여형’으로 명명하였다.

동 유형은 환경보호를 생각하고 사회와 미래를 고려한 소비를 하여야 하며, 자율에 의해서는 1회용품 사용이 줄어들지 않을 것으로 예상하고 있는데 이는 “당장의 만족보다는 사회와 미래를 고려한 소비를 해야 한다”라는 진술문 14에 +4를, “1회용품 사용의 문제는 규제로 해결할 것이 아니라 자율에 맡겨야 한다”는 진술문 2에 -4를 그리고 “규제를 하지 않으면 1회용품 사용은 계속 증가할 것이다”라는 진술문 12에 +3을 부여한 점에서 확인할 수 있다. 아울러 1회용품 사용규제의 환경보호 효과는 크다고 생각하기 때문에 제1유형은 1회용품 사용에 대한 규제는 당위성만으로 추진하는 정책이 아닌 환경보호를 위한 긍정적이고 바람직한 정책이라는 견해를 가지고 있다(진술문 27, 6, 7, 10).

그리고 1회용품 사용규제 참여와 관련하여 동 유형은 1회용품 사용규제가 소비자의 선택권을 제한하지 않으며 불편을 야기하지 않는다는 입장이며 혹시 불편이 있더라도 사회적 가치 추구를 위해 감수해야 한다고 생각한다(진술문 1, 22, 3). 따라서 제1유형은 1회용품 사

용규제로 인해 소비행동에 크게 내적 갈등을 느끼지는 않으며 참여에 적극적인 입장이다.

표 3. 요인 1 진술문의 요인가
 Table 3. Factor 1 Q-Sort Values for Each Statement

번호	요인가	Q 진술문
14	4	당장의 만족보다는 사회와 미래를 고려한 소비를 해야 한다
7	4	1회용품 사용규제는 환경을 보호하는 정책이므로 긍정적으로 생각한다
12	3	규제를 하지 않으면 1회용품 사용은 계속 증가할 것이다
10	3	1회용품 사용규제는 바람직한 정책이라고 생각한다
3	3	사회적 가치에 부합하는 소비를 위해 불편을 감수할 수 있어야 한다
27	-3	1회용품 사용규제의 환경보호 효과는 크지 않다
22	-3	1회용품 사용규제는 소비자를 불편하게 만들기 때문에 부정적으로 생각한다
6	-3	1회용품 사용규제는 당위성에 매몰되어 무리하게 추진되는 정책이다
2	-4	1회용품 사용의 문제는 규제로 해결할 것이 아니라 자율에 맡겨야 한다
1	-4	1회용품 사용규제는 소비자의 선택권을 제한하므로 부정적으로 생각한다

2) 제2유형: 참여 갈등형

제2유형은 1회용품 사용규제의 필요성을 인정하고 당위적으로는 적극 협조하고 참여해야 한다고 생각하지만 실제 소비에 있어 참여에는 적극적이지 못하고 갈등을 느낀다는 견해를 표출하였으므로 ‘참여 갈등형’으로 명명하였다.

동 유형은 “1회용품 사용규제는 소비자를 불편하게 만들기 때문에 부정적으로 생각한다”는 진술문 22에 -4를, “1회용품 사용규제는 현실을 파악하지 못한 탁상행정이라고 생각한다”는 진술문 34에 -4를 그리고 “1회용품 사용규제는 당위성에 매몰되어 무리하게 추진되는 정책이다”라는 진술문 6에 -3을 부여한 점으로 미루어 1회용품 사용규제의 필요성은 인정하나 “1회용품 사용규제는 향후 더욱 강화되어야 한다고 생각한다”라는 진술문 24에 -3을 부여한 점으로 볼 때 현재 규제의 수준으로 충분하다고 생각하는 입장이다.

아울러 제2유형은 1회용품 규제의 필요성을 인정하고 환경보호를 위해 적극 협조해야 한다고 생각하며 1회용품을 사용할 경우 마음속에서 거리낌을 느낀다(진술문 26, 31). 그러나 실제 소비에 있어서는 불편과 피로감을 느껴 실천에 어려움을 겪고 있는데 이는 “1회용

품 사용규제 취지에 동감하지만 참여에 피로감을 느낀다”는 진술문 15에 +4를, “규제에 대체적으로 동의하지만 내가 불편해지는 것은 싫다”는 진술문 28에 +3을 그리고 “1회용품 사용을 줄이려고 하지만 실천하기가 어렵다”는 진술문 29에 +4를 부여한 것으로 확인할 수 있다.

결국 제2유형은 1회용품 사용규제의 필요성과 사회적 가치에 부합하는 소비를 당위적으로는 인정하지만 실제 소비에 있어서는 사회적 가치 소비와 개인 편의 사이에서 갈등을 느끼고 있는 것으로 볼 수 있다.

표 4. 요인 2 진술문의 요인가
 Table 4. Factor 2 Q-Sort Values for Each Statement

번호	요인가	Q 진술문
29	4	1회용품 사용을 줄이려고 하지만 실천하기가 어렵다
15	4	1회용품 사용규제 취지에 동감하지만 참여에 피로감을 느낀다
31	3	규제 이후 1회용품 사용시 마음속에서 거리낌이 느껴진다
28	3	규제에 대체적으로 동의하지만 내가 불편해지는 것은 싫다
26	3	환경보호를 위해 1회용품 사용규제에 적극 협조해야 한다
24	-3	1회용품 사용규제는 향후 더욱 강화되어야 한다고 생각한다
11	-3	사업자는 소비자의 만족을 극대화하는 방향으로 서비스를 제공해야 한다
6	-3	1회용품 사용규제는 당위성에 매몰되어 무리하게 추진되는 정책이다
34	-4	1회용품 사용규제는 현실을 파악하지 못한 탁상행정이라고 생각한다
22	-4	1회용품 사용규제는 소비자를 불편하게 만들기 때문에 부정적으로 생각한다

3) 제3유형: 참여 무관심형

제3유형은 1회용품 사용규제 자체를 반대하는 것은 아니나 현재의 규제는 현실을 반영하지 못하였다고 생각하며 1회용품 사용규제에 관심과 참여의사가 별로 없다는 의견을 표출하였으므로 ‘참여 무관심형’으로 지칭하였다.

동 유형은 기본적으로 소비자의 선택권을 중요하게 생각하지만 항상 만족을 극대화하는 방향으로 소비할 수는 없으며 1회용품 사용의 문제에 있어서는 소비자의 선택권이나 만족 극대화를 강조하기보다는 규제가 필요하다는 입장이다(진술문 20, 9, 2). 이와 같이 제3유형은 1회용품 사용규제를 반대하는 것은 아니지만 동 규

제를 현실을 파악하지 못한 탁상행정이라고 느끼고 있다(진술문 34).

그러나 제3유형은 제2유형과 달리 1회용품 사용규제에 별로 관심이 없으며 1회용품 사용규제 동참은 어렵고 피로감을 느낀다는 입장인데 이는 “나는 1회용품 규제에 별로 관심이 없다”라는 진술문 4에 +3을, “1회용품 사용규제 취지에 동감하지만 참여에 피로감을 느낀다”라는 진술문 15에 +3을 그리고 “1회용품 사용을 줄이려고 하지만 실천하기가 어렵다”는 진술문 29에 +4를 부여한 점으로 확인할 수 있다.

결국 제3유형은 1회용품 사용규제 자체를 반대하는 것은 아니며 소비자의 선택권도 사회적 가치를 위한 친환경 소비에 있어 어느 정도 제한될 필요가 있다고 생각한다. 하지만 현행 규제가 현실을 파악하지 못한 탁상행정이고 규제 취지에의 공감과는 별도로 규제에의 참여는 피로감을 유발하므로 내적 갈등 상황에서 1회용품 사용규제 참여에는 무관심하다고 볼 수 있다.

표 5. 요인 3 진술문의 요인가

Table 5. Factor 3 Q-Sort Values for Each Statement

번호	요인가	Q 진술문
29	4	1회용품 사용을 줄이려고 하지만 실천하기가 어렵다
20	4	어떻게 소비할지는 소비자가 자유롭게 선택할 문제이다
34	3	1회용품 사용규제는 현실을 파악하지 못한 탁상행정이라고 생각한다
15	3	1회용품 사용규제 취지에 동감하지만 참여에 피로감을 느낀다
4	3	나는 1회용품 규제에 별로 관심이 없다
28	-3	규제에 대체적으로 동의하지만 내가 불편해지는 것은 싫다
25	-3	1회용품 사용규제를 반대하지만 대놓고 말하기 꺼끄럽다
9	-3	소비자는 자신의 만족을 극대화하는 방향으로 소비하는 것이 당연하다
5	-4	1회용품 사용규제는 결국 사업자에게도 이익이 될 것이다
2	-4	1회용품 사용의 문제는 규제로 해결할 것이 아니라 자율에 맡겨야 한다

IV. 결론 및 제언

본 연구에서는 1회용품 사용규제에 대한 소비자의 인식을 유형화하고 분석하고자 하였다. 연구결과, 1회용품 사용규제에 대한 소비자의 인식 유형은 ‘적극 참여

형’, ‘참여 갈등형’ 그리고 ‘참여 무관심형’ 3가지로 나타났다.

제1유형인 ‘적극 참여형’은 1회용품 사용 제한은 개인의 자율에 맡기기보다는 규제를 통해 이루어져야 하며 환경보호라는 사회적 가치에 부합하는 소비를 위해서는 불편도 감수할 수 있어야 한다는 견해를 나타냈으며, 제2유형인 ‘참여 갈등형’은 1회용품 사용규제의 필요성을 인정하고 당위적으로 참여해야 한다고 생각하지만 실제 소비에 있어 참여에는 적극적이지 못하고 갈등을 느낀다는 견해를 표출하였다. 그리고 제3유형인 ‘참여 무관심형’은 1회용품 사용규제 자체를 반대하는 것은 아니나 현재의 규제는 현실을 반영하지 못하였다고 생각하며 1회용품 사용규제에 관심과 참여의사가 별로 없다는 태도를 보이고 있었다.

이와 같은 연구결과를 통해 모든 유형에서 정도는 다르나 1회용품 사용규제의 필요성에 대해서는 인정하는 것을 확인할 수 있으나 사회적 가치 추구하고 개인 편의 추구 사이의 내적 갈등 상황에서 참여에 대한 태도는 각기 다름을 확인할 수 있었다.

위와 같은 결론을 바탕으로 한 제언은 아래와 같다.

첫째, 1회용품 사용규제의 필요성에 대한 소비자 인식 개선이 필요하다. 연구결과에서 보듯이 모든 유형의 소비자가 규제의 필요성은 인정하고 있으나 그 인정의 이유와 정도는 조금씩 다르다. 제2유형 및 제3유형 소비자들의 적극적 참여를 위해서는 소비자 교육을 통해 1회용품 사용규제의 필요성에 대한 소비자의 인식을 강화시킬 필요가 있을 것이다.

둘째, 1회용품 사용규제 방안 마련에 소비자 인식을 반영할 필요가 있다. 현재의 규제에 대해 모든 유형의 소비자가 불편에 대한 감수 태도만 다를 뿐 공통적으로 1회용품 사용규제에 따른 불편을 상정하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 소비자 인식을 반영한 규제 마련을 통해 소비자의 규제 순응도를 높일 필요가 있을 것이다.

셋째, 1회용품 사용규제에 소비자가 적극적으로 동참할 수 있는 실천방안 마련이 필요하다. 과거 1회용품 보증금제의 경우 2002년부터 실시한 바 있으나 컵 회수율이 30%대에 머물렀고 소비자에 불편만 가중시킨다는 여론으로 인해 2008년 폐지된 바 있다[11]. 1회용품 사용규제의 실효성을 높이기 위해서는 소비자의 적극적 참여가 필요하나 연구결과에서 보는 바와 같이 1회용품

사용규제 참여에 갈등을 겪거나 무관심한 태도를 보이는 소비자 유형도 있는 것으로 나타났다. 따라서 많은 소비자가 1회용품 사용규제에 적극적으로 동참할 수 있도록 소비자의 내적 갈등을 줄여주고 관심을 유도할 수 있는 실천방안 마련 필요하다.

마지막으로 1회용품 사용규제와 관련한 후속 연구가 필요하다. 친환경행동 관련 하역서는 친환경행동 영향요인, 친환경제품 구매 또는 재구매 영향요인 등을 살펴본 연구가 다수 진행된 바 있다[12, 13]. 그러나 1회용품 사용과 관련한 사회적 논의가 활발한 상황임에도 1회용품 사용을 직접적으로 살펴본 연구는 찾아보기 어렵다. 이에 본 연구는 1회용품 사용규제에 대한 소비자 인식을 Q 방법론을 통해 유형화하고 분석하였는데 추후 양적 연구도 수행될 필요가 있을 것으로 생각된다.

References

- [1] Ministry of Environment, “2022년까지 1회용품 사용량 35% 이상 줄인다,” 2019.11.22.
- [2] Ministry of Environment, “일회용품, 소상공인 부담 해소하며 국민의 자발적 참여로 감량,” 2023. 11.7.
- [3] S.L. Lee, S.H. Sohn, M.H. Park, J.W. Jung, and K.H. Chun, “Happiness and conflict in consumption,” *Journal of Consumer studies*, Vol. 22, No. 1, pp. 139-166, 2010.
- [4] E.J. Lee, “A study on the impact of consumers’ psychological discomfort regarding eco-friendly products on their willingness to pay additional prices and the moderating effect of category involvement,” *The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT)*, Vol. 10, No. 1, pp. 253-259, 2024. <http://dx.doi.org/10.17703/JCC T.2023.10.1.253>.
- [5] S.Y. Park, and Y.S. Nam, “A study on the internal conflict from dissonance between environmental attitude and behavior,” *Environmental Education*, Vol. 29 No. 1, pp. 36-55, 2016
- [6] S.B. Kwon, and S.J. Yun, “Single Use Plastic Bag Policies Abroad and Their Implications for South Korea - through the concept of ecological modernization,” *Korea Environmental Policy and Administration Society Academic Conference Papers*, pp. 43-44, 2017.
- [7] S.W. Kim, and H.S. Cho, “A Study on College Student Consumers’ Behavior of Using on-campus Disposable Goods,” *Journal of Families and Better Life*, Vol. 21, No. 5, pp. 121-132, 2003.
- [8] S.E. Kim, “Theories and Philosophy of Q Methodology,” *Korean society and public administration*, Vol. 20, No. 4, pp. 1-25, 2010.
- [9] B.J. Kim, “Understanding the Q Methodology and its Application to Consumer Research,” *Asia Marketing Journal*, Vol. 1, No. 3, pp. 120-140, 1999. <https://doi.org/10.53728/2765-6500.1021>.
- [10] H.K. Kim, “P sampling and Q-sorting,” *Journal of Korean Society for the Scientific Study of Subjectivity*, Vol. 15, No. 2, pp. 5-19, 2007.
- [11] Ministry of Environment, “패스트푸드점 · 커피점, 1회용 컵 보증금이 사라진다,” 2008.3.19.
- [12] I.M. Yang, and C. Park, “Factors influencing consumer’s attitude and buying behavior on the green products,” *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, Vol. 7, No. 4, pp. 55-64, 2012.
- [13] J.T. Kim, H.R. Jang, S.H. Cho, and I.Y. Hwang, “A Study on the Influence of Eco-friendly Agricultural Products on Customer Satisfaction and Behavior Intention in Hotel Chinese Restaurants,” *The International journal of advanced culture technology*, Vol. 5, No. 4, pp. 63-70, 2017. <https://doi.org/10.17703/IJACT.2017.5.4.63>.