

청소년의 윤리적 소비행동이 공정여행과 소비자 행복에 미치는 영향

이승빈*, 박영신**

용인한국외국어대학교부설고등학교, 학생*, 용인한국외국어대학교부설고등학교, 교사**

The Effect of Fair Travel and Consumer's Happiness on Ethical Consumer Behavior in Adolescent

Lee Seungbin*, Park Youngsin**

Student, Hankuk Academy of Foreign Studies*

Teacher, Hankuk Academy of Foreign Studies**

요약 본 연구는 청소년의 윤리적 소비행동이 공정여행과 청소년의 소비자 행복에 미치는 관련성을 살펴보고, 청소년들의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 변인을 알아보고자 하였다. 연구에 참여한 연구대상자는 중고등학생 306명이 설문에 응답하였다. 연구결과는 첫째, 성별에 따른 공정여행의 인식과 소비자 행복에서는 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 둘째, 청소년의 윤리적 소비행동은 공정여행 인식, 공정여행 선택속성, 소비자 행복과 정적인 관련성이 있는 것으로 나타났다. 셋째, 청소년의 윤리적 소비행동은 청소년의 공정여행 인식과 공정여행의 선택속성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 청소년의 윤리적 소비행동은 청소년의 소비자 행복에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구결과를 통해 청소년들이 미래 올바른 소비행동을 보이고 건전한 삶을 계획하고 실천해 나갈 수 있는 기초자료를 제공함으로써 연구의 의의가 있다.

주제어 : 청소년, 윤리적 소비행동, 공정여행 인식, 공정여행 선택속성, 소비자 행복

Abstract: The purpose of this study was to analyze a casual relationship of ethical consumer behavior and related variables, perception of fair tourism, fair travel choice attributes, & consumer happiness, and entitled the effect of ethical consumer behavior and consumer happiness. The data were gather 306 questionnaires of students who study in middle and high school, using a survey questionnaire. The major findings of this study were follow; first, there were significant difference between perception of fair tourism and consumer Happiness by gender. second, ethical consumer behavior were significantly correlated with perception of fair tourism, fair travel choice attributes, & consumer happiness. third, perception of fair tourism, fair travel choice attributes were significantly predicting variables in ethical consumer behavior. fourth, consumer happiness was significantly predicting variable in ethical consumer behavior. Finally, it is important to increase the integration of ethical consumer behavior that can arose consumer happiness during the whole life.

Key Words : adolescent, ethical consumer behavior, perception of fair tourism, fair travel choice attributes, consumer's happiness

Received 30 Sep 2024, Revised 20 Oct 2024

Accepted 22 Oct 2024

Corresponding Author: Park Youngsin

(Hankuk Academy of Foreign Studies)

Email: sports4all@hafs.hs.kr

ISSN: 2466-1139(Print)

ISSN: 2714-013X(Online)

© Industrial Promotion Institute. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

고도 성장기를 경험한 우리나라 소비자들의 욕구는 다변화되고 있다. 더불어 물질만능주의의 만연과 과시 욕구를 표출하는 소비행태는 다방면에서 부작용을 초래하고 있다. 특히 청소년들은 부모세대와 구별되는 물질적 소비의 다양성에 익숙하며, 기업들의 과잉 광고가 반영된 대중매체에 빈번히 노출됨으로써 반사회적인 소비활동에 노출되기 쉽다. 또한 청소년의 다양한 경험들은 성인으로 이어지는 발달과정 속에서 건강하고 성공적인 인생으로 나아가는 데 지대한 영향을 미칠 수 있다[1].

윤리적 소비행동은 선천적인 유전인자로 물려받는 것이 아니다. 윤리적 소비행동은 소비습관의 윤리적 가치를 인식하고 실천함으로써 점진적으로 개선될 수 있으며, 개인적인 실익과 공공의 이익이 충돌할 때 개인적인 불편함을 감수하며 사회적 약자를 배려하는 가치관을 형성하는데 기여할 수 있다[2]. 그러므로 윤리적 소비자는 도덕적인 신념이나 가치를 중시하고 소비자 개인의 사회적 책임에 민감하게 반응하며, 환경문제와 사회적 이슈 및 노동자의 인권 같은 윤리적 요인들에 관심을 가지고 행동한다[3].

공정여행은 관광객들이 지출하는 재화를 다국적기업이나 거대한 자본가들이 설립한 호텔이나 쇼핑센터, 테마파크 등에서 재화를 획득함으로써 힘없는 관광지 주민들의 삶에 도움이 되지 못하는 경제 상황을 타개하기 위해서 대두된 개념이다. 만일 여행자들이 관광지 주민들이 운영하는 숙박업소나 식당 및 쇼핑센터 등을 이용하게 되면 관광을 통한 지역 경제 발전은 가시적인 성과를 보일 수 있다[4]. 아울러 공정여행은 공정무역에서 파생된 개념으로서 지속 가능한 관광(sustainable tourism)으로 인식되고 있으며, 관광의 부작용을 야기하는 역기능보다는 관광지 주민의 삶의 질을 개선하는 등의 관광의 순기능을 확산시키는 데 크게 기여하고 있다[5][6].

소비자 행복은 경영학, 심리학, 소비자학 등의 다양한 학문 영역에서 연구되고 있다. 관련 연구는 소비자의 행복에 기여하는 요인들에 대한 분석에 중점을 두고 있으며, 소비자 자신이 주체적으로 상품 구매에 참여함으로써 스스로 자신의 행복을 증진시키는 것을 중시한다[7]. 또한 가치 소비를 지향하는 사회적인 트렌드도 소비자

행복의 중요성을 부각시키고 있다. 가치 소비란 소비자의 정치적, 환경적, 사회적 신념을 소비활동에 반영하는 행위로서 상황에 따라 불매운동을 할 수도 있고, 사회적 약자인 관광지 현지 주민을 돕기 위해 공정여행 상품을 구매할 수도 있다[8].

무엇보다도 청소년기의 윤리적 소비행동에 대한 인식과 경험은 성인이 된 이후에도 그들의 가치관뿐만 아니라 삶 속에서도 긍정적인 영향을 미칠 수밖에 없다. 특히 현대사회에서 가정 내의 소득수준이 향상된 환경에서 자란 청소년들은 자유재량의 소비액이 증가함에 따라 그들의 소비행동을 체계적으로 분석함으로써 윤리적 소비행동의 실태를 파악하여 청소년기의 삶속에서 공정여행을 통한 올바른 인식과 선택속성이 청소년들의 소비자 행복과의 관련성을 살펴보는 것은 의미 있는 일이라 할 수 있다[9]. 그러므로 본 연구는 윤리적 소비행동이 공정여행과 소비자행복에 미치는 관계성을 살펴보고, 청소년들의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 변인을 알아봄으로써 청소년의 윤리적 소비행동과 소비자 행복을 촉진시킬 수 있는 대안을 모색해 보고자 한다. 본 연구에서 설정한 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 성별에 따라 청소년의 윤리적 소비행동, 공정여행의 인식 및 선택속성, 소비자 행동에 차이가 있는가?

연구문제 2. 청소년의 윤리적 소비행동, 공정여행의 인식 및 선택속성, 소비자 행복과 관련성이 있는가?

연구문제 3. 청소년의 윤리적 소비행동은 공정여행의 인식 및 선택속성, 소비자 행복에 영향을 미치는가?

2. 이론적 배경

2.1 청소년의 윤리적 소비행동과 공정여행

청소년기는 ‘성장한다’, ‘성숙에 이른다’는 개념적 의미를 함축하고 있으며, 신체적·심리적·사회적으로 성장이 가속화되는 전환기적 시기이다. 경제성장과 더불어 청소년들의 소비품목이 다양해지고 있으며 상품 구매에 소비되는 금액도 상향되고 있지만, 충동구매와 과소비 외에도 쇼핑을 위한 비용을 조달하기 위해 범죄에 연루될 수도 있다[10]. 윤리적 소비란 일상생활 속에서 윤리적 소비를 실천하는 소비행동을 의미한다[11]. 인간 공동체에서 윤리적 또는 비윤리적 소비활동의 논쟁은 공

정여행, 공정무역, 부유한 사람과 가난한 사람, 노동자의 권리, 환경문제, 식품 안전, 기업의 사회적 책임, 윤리경영 등의 다양한 영역에서 지속되고 있다[12].

공정여행은 관광 활성화로 인한 경제적 혜택을 관광지 주민들이 누릴 수 있도록 진행되는 것을 중시한다. 개발 도상국가들은 선진국의 여행자들을 유치하기 위해 고급호텔과 레스토랑 및 테마파크 등을 건립하면서 선진국의 자본을 유치하여 관광 개발을 추진하는 경향이 뚜렷하다[13]. 따라서 개발도상국을 방문한 여행자들이 세계적인 다국적 기업들이 투자한 관광시설들을 주로 이용하면 관광지 주민들은 관광개발로 인해 환경 및 문화 파괴 등의 부작용을 겪으면서도 그들이 누릴 수 있는 경제적 혜택은 미미할 수밖에 없다[14]. 또한 공정무역의 중요성이 대두되면서 관광시장에서도 공정한 여행의 중요성이 부각되면서 공정여행이라는 개념이 정립되었다. 아울러 공정여행은 지속 가능한 관광(sustainable tourism) 차원에서도 그 중요성이 커지고 있다[15][16].

현대사회에서 시민들의 윤리의식은 소비행동에 반영되고 있는데, 관광분야에서도 윤리적 소비행동은 공정여행에 큰 영향을 미치고 있다[17]. 윤리적 소비에 대한 연구는 1970년대부터 본격적으로 시작되었고, 당시에는 친환경적인 소비와 사회적 책임을 중시하는 소비가 강조되었다[18]. 1990년대부터는 윤리적 소비행동이라는 용어가 보편적으로 사용되기 시작하였고[19], 2000년대부터는 윤리적 신념을 중시하는 절제된 소비행동을 중시하며 상품을 구매하는 과정에서 노동력 착취와 비윤리적인 동물 테스트 등을 고려하는 등 20세기 후반기보다 훨씬 까다로운 잣대로 윤리적 소비행동과 공정여행을 바라보았다[20]. 또한 윤리적 소비는 소비자의 도덕적 가치관에 따라 사회적 책임과 환경을 중시하는 소비행동으로 나타나며 개인적 신념, 사회적 책임, 환경적 고려 등의 하위요인을 중시하기 시작했다[21][22][23].

공정여행은 국제관광이 활성화되면서 발생하는 사회문화적·경제적 및 환경적인 문제들을 해결하기 위한 대안으로 부각되었다[24]. 공정여행의 개념적인 이해는 두 가지 관점 즉, 여행자의 행태와 이해 당사자 간의 공정한 거래를 중심으로 접근할 수 있다. 그러므로 청소년의 관점에서 본 공정여행은 여행자와 지역주민 간의 평등 지향적인 교류를 중시하고 사회문화적 및 경제적 지속성의 유지 외에도 생태적 환경에 대한 긍정적 효과를 증

시한다는 점에서 의미가 크다고 볼 수 있다. 이를 통해 여행자와 관광지 주민들이 상생하는 생태계를 조성하고 숲과 동물을 보호하는 효과를 기대한다는 점에서 의미가 크다고 볼 수 있다[25]. 특히 공정여행은 21세기 접어들어 전 세계적으로 더불어 살아가야 한다는 가치의 확산과 함께 주목받고 있다. 글로벌 기업들이 윤리적 거래와 인권 문제, 사회적 책임, 환경보호 등의 이슈들에 적극적으로 대응하면서 공정무역과 함께 공정여행의 중요성이 대두되는 것은 자연스런 현상으로 청소년들에게 큰 의미가 부여될 것이다[26][27][28][29].

2.2 공정여행과 소비자 행복의 관계

공정여행의 인식은 개인적 신념, 사회적 책임, 환경적 고려 등의 요인이 중요하다. 이를 뒷받침하기 위해 공정여행은 관광객 공정성, 지역주민 공정성, 관광산업 공정성, 생태적 공정성 등이 뒷받침되어야 하며[30], 청소년의 여행 동기는 청소년이 추구하는 여행 선호도에 큰 영향을 미치기 때문에 청소년의 건전한 여행행동의 지속성과 의사결정과도 밀접한 관련을 맺고 있는 심리적 요인으로 작용한다. 청소년들은 휴식, 오락, 건강 추구, 문화체험, 자기개발 등의 내적 동기를 충족하기 위해 여행을 떠난다[31][32][33].

인간의 삶에서 행복이 없다는 것은 상상할 수도 없다. 소비자 행복이란 소비경험 과정에서 느끼는 긍정적 또는 부정적인 정서적 경험을 의미한다[34]. 사람들이 소비과정에서 느끼는 행복은 주관적인 경험이며, 유사한 소비 경험을 하더라도 개인적인 성향에 따라 서로 다른 행복의 감정을 느낄 수 있다. 또한 소비자 행복이란 고객들이 소비 후에 느끼는 긍정적 기분과 감정 및 소비 경험에 대한 주관적인 평가로 이해할 수도 있기 때문에[35], 행복의 측정 단위로 활용되고 있는 주관적 안녕감(subjective wellbeing)은 삶의 만족도(Life Satisfaction), 긍정적 영향(Positive Affect), 부정적 영향(Negative Affect)의 요인들을 포함한다고 볼 수 있다[36].

일반적으로 사람은 본능적으로 봉사활동이나 윤리적으로 떳떳한 행동을 하게 되면 자신감이 생겨나고 보람 있는 경험을 통해 행복을 체험할 수 있다고 본다. Weeden(2001)은 공정여행을 실천함으로써 경쟁관계에 있는 여행사들과 경쟁적 비교우위를 확보하는 것이 중요함을 분석했다[37]. 즉 여행사는 공정여행상품의 판매

를 통해 재무 지표상의 수익은 적을 수 있지만 해당 기업의 이미지 제고 등의 경쟁력 향상에 큰 영향을 미칠 수 있다는 점을 설명하였다. Goodwin과 Francis(2003)는 윤리적 소비행태가 여행부문까지 확산되고 있는 현상을 검증하였으며[38], Cleverdon과 Kalisch(2000)의 연구에 의하면 여행상품 구매 시 소비자들의 73%가 윤리적 이슈에 높은 관심을 보이고 있는 것으로 조사되었다[39].

따라서 공정여행과 소비자행복은 상관관계가 높다는 추론이 가능하다. 만물의 영장인 인간은 양심에 부합하는 행동을 하면 보람과 기쁨을 느끼지만, 사회적으로 지탄받는 행동을 하게 되면 불안과 초조함에 휩싸일 수 있고 행복함보다는 불안한 기분에 사로잡힐 수 있다. 아울러 소비 활동에 행복에 미치는 영향력은 절대적이며, 어떠한 유형의 소비가 사람들의 행복에 영향을 미치는가에 대한 연구들을 살펴보면 사회발전을 견인하거나 사회적인 약자들을 도와주는 등 개인 차원뿐만 아니라 공익적인 차원에서도 가치소비를 이끌어내는 소비활동이 소비자행복을 이끌어준다는 결론에 다다른다. Van Broven과 Gilovich(2003)은 물질소비가 경험소비가 소비자행복에 미치는 영향요인을 비교분석한 결과, 물질적인 소비보다는 경험적 가치를 중시하는 소비가 소비자행복에 보다 더 중요한 활동이라는 것을 확인시켜 주었다[40][41][42]. 그리고 소비활동을 통해 소비자행복을 추구하려는 사람들의 본능적 욕망을 고려할 때 공정여행과 같은 가치소비는 개인적인 행복뿐 아니라 사회발전을 견인하는 데도 크게 기여한다는 점에서 저변확대가 필요하다[43].

3. 연구방법

3.1 연구대상

본 연구는 경기, 대전, 세종에 재학하고 있는 중·고생 320명이 참여하였으나, 불성실한 응답을 제외한 총 306명의 자료만이 실제 분석에서 사용되었다. 본 연구대상자의 일반적 특성을 살펴보면 중학교 1학년 39명(12.75%), 중학교 2학년 160명(52.29%), 중학교 3학년 75명(24.51%), 고등학교 1학년 32명(10.46%)으로 나타났다, 성별은 남학생 160명(52.29%), 여학생 146명(47.71%)으로 나타났다.

3.2 연구도구

본 연구에서는 자기기입식 설문방법을 사용하였으며, 설문지의 구성은 기존에 개발되어 사용된 측정문항을 도출하였다. 윤리적 소비행동은 이소연(2012), 임채성(2013), 문혁(2013)의 도구를 수정·보완하여 송진아(2014)가 개발한 윤리적 소비행동의 도구를 사용하였다. 본 도구는 3개의 하위영역으로 구성되어 개인적 신념 7문항, 사회적 책임 7문항, 환경적 고려 7문항으로 총 21문항으로 구성되었으며, cronbach's α 는 각각 .813, .830, .784로 나타났다. 공정여행 인식은 이호근 등(2012)이 수정·보완하여 3개의 하위영역으로 구성된 도구를 사용했으며, 여행자의 책임 6문항, 지역사회의 책임 6문항, 관광산업의 책임 5문항으로 총 17문항으로 구성되었으며, cronbach's α 는 각각 .877, .849, .919로 나타났다. 공정여행의 선택 속성은 최은영(2023)이 수정·보완하여 사용한 설문지를 사용하였다. 본 연구에서 사용한 도구는 경제적 공정성 4문항, 사회문화적 공정성 5문항, 환경적 공정성 5문항으로 총 14문항으로 구성되어 있으며, cronbach's α 는 각각 .868, .777, .747로 나타났다. 소비자행복은 소비자 경험을 통해 느끼는 즐거움이나 기쁨 같은 긍정적 정서와 소비를 통해 삶의 질을 추구하며 행복을 느끼는 의미를 포함한 김동수(2022)의 도구로 총 6문항으로 구성되었으며, cronbach's α 는 .840으로 나타났다.

3.3 연구절차 및 분석방법

본 연구는 대전광역시, 경기도, 세종시에 소재하는 4곳의 중학교에 재직하고 있는 담당교사들에게 본 연구의 목적과 방법을 설명한 후 담당교사의 협조를 얻어 학생들에게 자율적으로 온라인으로 설문지를 작성하는 방법으로 진행되었다. 설문지 조사방법을 사용하여 2023년 4월부터 6월까지 진행되었으며 총 306명의 자료를 분석에 사용하였다. 온라인 설문응답 방법을 사용하여 자율적으로 작성하게 한 결과, 응답률이 낮아 조사기간이 추가로 오래 소요되었다.

본 연구에서 수집된 자료는 통계 프로그램 SPSS를 사용하여 연구대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도와 백분율을 사용하였고, 성별에 따른 윤리적 소비행동, 공정여행 인식, 공정여행 속성, 소비자 행복에 대한 차이를 알아보기 위하여 t-검증을 사용하였으며, 윤

리적 소비행동, 공정여행 인식, 공정여행 속성과 소비자 행복의 관련성을 보기 위하여 피어슨 상관분석을 실시하였고, 윤리적 소비행동이 공정여행의 인식, 공정여행의 속성, 및 소비자 행복에 미치는 영향력을 알아보기 위하여 단순 회귀분석을 실시하였다.

4. 연구결과

4.1 성별에 따른 청소년의 윤리적 소비행동, 공정여행 인식, 공정여행 선택속성, 소비자 행복

<표 1>은 성별에 따른 윤리적 소비행동, 공정여행에 대한 인식, 공정여행의 선택속성, 소비자 행복의 차이에 대한 결과이다. 분석결과, 성별에 따른 윤리적 소비행동에는 차이를 보이지 않았으며, 성별에 따른 공정여행의 인식의 차이에 있어서는 성별에 따른 공정여행의 하위영역인 지역사회 책임에 있어서는 통계적으로 유의미한 차이를 보였으며($t=6.67, p<.01$), 성별에 따른 전체적인 공정여행의 인식(여행자의 책임, 지역사회의 책임, 관광산업 책임)에 있어서는 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($t=5.71, p<.05$). 또한 성별에 따른 공정여행의 선택속성에 있어서는 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았으며, 성별에 따른 소비자 행복에 있어서는 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($t=5.33, p<.05$).

<표 1> 성별에 따른 청소년의 윤리적 소비행동, 공정여행에 대한 인식, 공정여행 선택속성, 소비자 행복에 대한 차이검증

		gender						t
		male			female			
		n	m	SD	n	m	SD	
Ethical Consumer Behavior	Individual's ethical belief	160	21.74	5.51	146	22.81	5.25	.71
	Social responsibility	160	23.61	5.05	146	25.33	4.88	.13
	Environmental consideration	160	23.53	5.16	146	25.52	5.26	2.01
	Ethical Consumer Behavior	160	68.88	14.49	146	73.66	14.28	.49
Perception of fair tourism	Responsibility of tourist	160	22.00	4.31	146	24.48	4.02	2.04
	Responsibility of local community	160	22.13	4.63	146	23.86	4.14	6.67**
	Responsibility of the	160	18.59	4.15	146	20.23	3.91	3.69

tourism industry								
Fair Travel Choice Attributes	Perception of fair tourism	160	62.71	12.37	146	68.57	11.20	5.71*
	Economics Attributes	160	13.83	2.99	146	14.49	2.97	.00
	Socio-cultural Attribute	160	17.93	3.77	146	19.36	3.76	.01
	Environmental Attributes	160	16.85	3.86	146	17.91	3.92	.76
	Fair Travel Choice Attributes	160	43.61	9.67	146	51.76	9.70	.00
Consumer's Happiness		160	19.04	5.15	146	20.00	5.99	5.33*

4.2 청소년의 윤리적 소비행동과 공정여행 인식, 공정여행 선택속성, 소비자 행복과의 관련성

<표 2>는 청소년의 윤리적 소비행동과 공정여행에 대한 인식, 공정여행의 선택속성, 소비자 행복과의 관련성에 대한 연구결과이다. 분석결과, 윤리적 소비행동(개인적 신념, 사회적 책임, 환경적 고려)은 공정여행인식(여행자의 책임, 지역사회의 책임, 관광산업 책임), 공정여행 선택속성(경제적 공정성, 사회문화적 공정성, 환경적 공정성), 소비자 행복과 전체적으로 통계적으로 유의미한 관련성이 있는 것으로 나타났다.

윤리적 소비행동의 하위영역인 개인적 신념은 공정여행 인식의 하위영역인 여행자의 책임($r=.424, p<.01$), 지역사회의 책임($r=.372, p<.01$), 관광산업의 책임($r=.394, p<.01$)과 정적인 연관성을 보였으며, 윤리적 소비행동의 하위영역인 사회적 신념은 공정여행 인식의 하위영역인 여행자의 책임($r=.544, p<.01$), 지역사회의 책임($r=.501, p<.01$), 관광산업의 책임($r=.504, p<.01$)과 정적인 연관성을 보였으며, 윤리적 소비행동의 하위영역인 환경적 고려는 공정여행 인식의 하위영역인 여행자의 책임($r=.538, p<.01$), 지역사회의 책임($r=.503, p<.01$), 관광산업의 책임($r=.546, p<.01$)과 정적인 연관성을 보였다.

<표 2> 청소년의 윤리적 소비행동과 공정여행 인식, 공정여행 선택속성, 소비자 행복과의 상관관계 분석

Independent Variable Dependent Variable	Ethical Consumer Behavior				
	Individual's ethical belief	Social responsibility	Environmental consideration	Ethical Consumer Behavior	
Perception of fair tourism	Responsibility of tourist	.424**	.544**	.538**	.541**
	Responsibility of local community	.372**	.501**	.503**	.494**
	Responsibility of the tourism industry	.394**	.504**	.546**	.519**
	Perception of fair tourism	.422**	.549**	.562**	.551**
Fair Travel Choice Attributes	Economics Attributes	.523**	.603**	.633**	.633**
	Socio-cultural Attributes	.468**	.560**	.599**	.585**
	Environmental Attributes	.525**	.575**	.632**	.623**
	Fair Travel Choice Attributes	.553**	.633**	.681**	.671**
Consumer's Happiness	.187**	.216**	.234**	.229*	

4.3 청소년의 윤리적 소비행동이 공정여행 인식에 미치는 영향력

<표 3>은 청소년의 윤리적 소비행동이 청소년의 공정여행의 인식에 영향을 미치는지를 알아보기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과, 청소년의 윤리적 소비행동의 하위변인(개인적 신념, 사회적 책임, 환경적 고려)의 일부가 청소년의 공정여행 인식의 하위변인(여행자의 책임, 지역사회 책임, 관광산업 책임)에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 전체 청소년의 공정여행의 인식에 영향을 미치는 변인을 살펴보면 청소년의 윤리적 소비행동 중 하위변인인 사회적 책임(β값이 .700), 환경적 고려(β값이 .832), 전체 청소년의 윤리적 소비행동(β값이 .460)으로 영향력은 R-Square 값이 .303으로 회귀모형의 설명력이 30%로 나타났으며, 회귀식에 의한 통계적 유의성을 검증하는 통계는 유의미한 것으로 나타났

다(F=132.38, p<.001). 청소년의 윤리적 소비행동의 하위변인에 따라 청소년의 공정여행 인식의 하위변인에 영향을 미치는 변인을 살펴보면 청소년의 윤리적 소비행동 중 사회적 책임(β값이 .287), 환경적 고려(β값이 .230)가 공정여행의 하위변인인 여행자의 책임에 영향을 미쳤고, 청소년의 윤리적 소비행동 중 사회적 책임(β값이 .277), 환경적 고려(β값이 .254)가 공정여행의 하위변인인 지역사회 책임에 영향을 미쳤고, 청소년의 윤리적 소비행동 중 환경적 고려(β값이 .348)만이 공정여행의 하위변인인 관광산업 책임에 영향을 미친 것으로 나타났다.

<표 3> 청소년의 윤리적 소비행동이 공정여행 인식에 미치는 회귀분석

Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	p
		β	SD			
Responsibility of tourist	Constant	11.198	1.046		10.703	.000
	Individual's ethical belief	-.029	.062	-.036	-.474	.636
	Social responsibility	.287	.088	.332	3.255	
	Environmental consideration	.230	.078	.280	2.950	.003
	Ethical Consumer Behavior	.0162	.014	.541	11.214	.000
Responsibility of local community	Constant	11.591	1.109		10.456	.000
	Individual's ethical belief	-.073	.065	-.088	-1.116	.265
	Social responsibility	.277	.093	.311	2.965	.003
	Environmental consideration	.254	.083	.300	3.078	.002
	Ethical Consumer Behavior	.152	.015	.494	9.910	.000
Responsibility of the tourism industry	Constant	8.560	.996		8.592	.000
	Individual's ethical belief	-.047	.059	-.062	-.797	.426
	Social responsibility	.137	.084	.167	1.628	.105
	Environmental consideration	.348	.074	.448	4.685	.000

	Ethical Consumer Behavior	.147	.014	.519	10.592	.000
Perception of fair tourism	Constant	31.349	2.884		10.871	.000
	Individual's ethical belief	-.149	.170	-.066	-.876	.381
	Social responsibility	.700	.243	.290	2.883	.004
	Environmental consideration	.832	.215	.362	3.872	.000
	Ethical Consumer Behavior	.460	.040	.551	11.506	.000
	F-Value = 132.387 P-Value = .001 R-Square = .303					

4.4 청소년의 윤리적 소비행동이 공정여행 선택속성에 미치는 영향력

<표 4>는 청소년의 윤리적 소비행동이 청소년의 공정여행의 선택속성에 영향을 미치는지를 알아보기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과, 청소년의 윤리적 소비행동의 하위변인(개인적 신념, 사회적 책임, 환경적 고려)의 일부가 청소년의 공정여행 선택속성의 하위변인(경제적 공정성, 사회문화적 공정성, 환경적 공정성)에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 전체 청소년의 공정여행의 선택속성에 영향을 미치는 변인을 살펴보면 청소년의 윤리적 소비행동 중 하위변인인 환경적 고려(β 값이 .928)와 전체 청소년의 윤리적 소비행동(β 값이 .432)으로 영향력은 R-Square 값이 .475로 회귀모형의 설명력이 47%로 나타났으며, 회귀식에 의한 통계적 유의성을 검증하는 통계는 유의미한 것으로 나타났다 ($F=90.968, p<.001$). 청소년의 윤리적 소비행동의 하위변인에 따라 청소년의 공정여행 인식의 하위변인에 영향을 미치는 변인을 살펴보면 청소년의 윤리적 소비행동 중 사회적 책임(β 값이 .111)과 환경적 고려(β 값이 .239)가 공정여행의 선택속성의 하위변인인 경제적 공정성에 영향을 미쳤고, 윤리적 소비행동 중 환경적 고려(β 값이 .323)가 공정여행의 선택속성의 하위변인인 사회문화적 공정성에 영향을 미쳤고, 청소년의 윤리적 소비행동 중 개인적 신념(β 값이 .085)과 환경적 고려(β 값이 .366)가 공정여행 선택속성의 하위변인인 환경적 공정성에 영향을 미친 것으로 나타났다.

<표 4> 청소년의 윤리적 소비행동이 공정여행 선택속성에 미치는 회귀분석

Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	p
		β	SD			
Economic Attributes	Constant	4.721	.665		7.101	.000
	Individual's ethical belief	.039	.039	.071	1.006	.315
	Social responsibility	.111	.056	.186	1.976	.049
	Environmental consideration	.239	.050	.422	4.819	.000
	Ethical Consumer Behavior	.162	.014	.541	11.214	.000
Socio-cultural Attributes	Constant	7.403	.884		8.371	.000
	Individual's ethical belief	.009	.052	.013	.179	.858
	Social responsibility	.127	.074	.167	1.701	.090
	Environmental consideration	.323	.066	.447	4.902	.000
	Ethical Consumer Behavior	.152	.015	.494	9.910	.000
Environmental Attributes	Constant	5.351	.876		6.107	.000
	Individual's ethical belief	.085	.052	.117	1.649	.100
	Social responsibility	.047	.074	.060	.637	.525
	Environmental consideration	.366	.065	.494	5.608	.000
	Ethical Consumer Behavior	.147	.014	.519	10.592	.000
Fair Travel Choice Attributes	Constant	17.475	2.063		8.471	.000
	Individual's ethical belief	.134	.122	.074	1.101	.272
	Social responsibility	.284	.174	.146	1.636	.103
	Environmental consideration	.928	.154	.501	6.037	.000
	Ethical Consumer Behavior	.432	.037	.523	10.537	.000
	F-Value= 90.968 P-Value= .001 R-Square= .475					

4.5 청소년의 윤리적 소비행동이 소비자 행복에 미치는 영향력

<표 5>는 청소년의 윤리적 소비행동이 청소년의 소비자 행복에 영향을 미치는지를 알아보기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과, 청소년의 윤리적 소비행동의 하위변인(개인적 신념, 사회적 책임, 환경적 고려)은 청소년의 소비자 행복에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 전체 청소년의 소비자 행복에 영향을 미치는 변인은 전체 윤리적 소비행동(β 값이 .088)에 영향을 미치며, 영향력은

R-Square 값이 .053로 회귀모형의 설명력이 5%로 나타났으며, 회귀식에 의한 통계적 유의성을 검증하는 통계는 유의미한 것으로 나타났다(F=16.849, p<.001).

<표 5> 청소년의 윤리적 소비행동이 소비자 행복에 미치는 회귀분석

Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	p
		β	SD			
Consumers' Happiness	Constant	13.149	1.575		8.348	.000
	Individual's ethical belief	.020	.093	.020	.218	.828
	Social responsibility	.051	.133	.046	.383	.702
	Environmental consideration	.190	.117	.181	1.622	.106
	Ethical Behavior Consumer	.088	.021	.229	4.105	.000
	F-Value= 16.849 P-Value= .000 R-Square= .053					

5. 결론

본 연구는 청소년의 윤리적 소비행동이 공정여행과 청소년의 소비자 행복에 미치는 관계성을 살펴보고, 청소년들의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 변인을 알아봄으로써 청소년의 윤리적 소비행동과 소비자 행복을 촉진시킬 수 있는 대안을 모색해 보고자 한다. 본 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 성별에 따른 공정여행의 인식과 소비자 행복에서는 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 즉 남학생보다는 여학생이 공정여행에 대하여 더 긍정적으로 인식하고 있으며, 소비자 행복에 있어서도 남학생보다 여학생이 더 소비자로서 행복을 인지하고 있는 것으로 나타났다. 둘째, 청소년의 윤리적 소비행동은 공정여행인식, 공정여행 선택속성, 소비자 행복과 정적인 관련성이 있는 것으로 나타났다. 셋째, 청소년의 윤리적 소비행동은 청소년의 공정여행 인식과 공정여행의 선택속성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 청소년의 윤리적 소비행동은 청소년의 소비자 행복에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구는 청소년을 대상으로 윤리적 소비행동과 최근의 이슈로 제기되고 있는 청소년들의 공정여행에 대한 인식 및 선택속성, 그리고 소비자 행복의 관련성을

살펴봄으로서 미래 올바른 소비행동을 보이고 건전한 삶을 계획하고 실천해 나갈 수 있다는 점에서 청소년의 성장과 발달에 기여할 수 있는 기초 연구를 함에 의의가 크다고 볼 수 있다. 그럼에도 불구하고 본 연구는 일부 지역의 중·고등학생을 대상으로 설문조사가 실시되었기에 연구결과를 일반화시키기에는 다소의 무리가 있다고 본다. 그러므로 후속연구에서는 모집단을 확대하고 각 지역별 연구결과를 비교하는 추후 연구의 필요성이 대두되며, 또한 청소년과 그들의 가족을 위한 건전하고 윤리적인 소비행동에 대한 구체적인 대안을 도출할 수 있는 연구가 필요하다고 본다.

참고문헌

- [1] 정주원. “청소년의 윤리적 소비 교육 경험과 윤리적 소비행동에 관한 연구”, 『한국가정교육학회지』, 24(3), 191-208, 2012.
- [2] 박명숙. “청소년 소비자의 돈에 대한 태도와 과소비성향이 비윤리적 소비행동에 미치는 영향”, 『한국지역사회생활과학회지』, 23(4), 509-522, 2012.
- [3] 허은정. “소비자의 윤리적 상품에 대한 태도 및 구매의도의 관련요인 분석”, 『소비자학연구』, 22(2), 89-111, 2011.
- [4] 홍주연, “조건부가치평가법을 이용한 지리산 공정여행의 가치평가: 윤리적 소비행동을 중심으로”, 『호텔관광연구』, 22(3), 43-63, 2020.
- [5] 김미경·조승아. “개별여행자의 프로슈머 성향이 여행동기와 공정여행 행동에 미치는 영향”, 『한국관광산업학회』, 44(4), 83-102, 2019.
- [6] Cleverdon, R., & Kalisch, A. “Fair trade in tourism”. *International Journal of Tourism Research*, 2(3), 171-187, 2000.
- [7] Howell, R. T. and Hill, G. “The Mediators of Experiential Purchase: Determining the Impact of Psychological Needs Satisfaction and Social Comparison,” *Journal of Positive Psychology*, 4(6), 511-522, 2009.
- [8] 심영. 지속가능소비 실천은 소비자를 행복하게 하는가?: 2019년과 2021년 비교, 『소비자문제연구』, 53(2), 145-169, 2022.

- [9] 최경숙. “사회심리적 요인과 윤리적 소비교육 경험이 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 미치는 영향”, 『한국가정교육학회지』, 27(1), 67-83, 2015.
- [10] 김상진·이진화·김서영. “청소년의 또래관계에서 오는 부정적 감정이 의복과시소비 행동에 미치는 영향”, 『한국의류산업학회지』, 21(5), 564-573.
- [11] 송인숙·천경희. “대학생 소비윤리 교육프로그램 개발”, 『소비문화연구』, 12(3), 21-45, 2009.
- [12] 박미혜·강이주. “윤리적 소비의 개념 및 실태에 대한 고찰”, 『한국생활과학회지』, 18(5), 1047-1062, 2009.
- [13] 임은정·정규엽·이희찬. “책임관광의 가치추정에 관한 연구”, 『관광연구저널』, 27(3), 21-36, 2013.
- [14] Mvula, C. D. “Fair trade in tourism to protected areas - a micro case study of wildlife tourism to South Luangwa National Park, Zambia”, *International Journal of Tourism Research*, 3(5), 393-405, 2001.
- [15] 김미정·김지은. “개별관광객의 관광동기가 선호관광유형 및 공정관광 참여행동에 미치는 영향”. 『관광경영연구』, 22(7), 215-235, 2018.
- [16] Boluk, K., “In consideration of a new approach to tourism: a critical review of fair trade tourism”, *The Journal of Tourism and Peace Research*, 2(1), 27-37, 2011.
- [17] 홍주연. “조건부가치평가법을 이용한 지리산 공정여행의 가치평가: 윤리적 소비행동을 중심으로”, 『호텔관광연구』, 22(3), 43-63, 2020.
- [18] Webster, F. E.(1975). Determining the characteristics of the socially conscious consumer. *Journal of Consumer Research*, 2(3), 188-196.
- [19] Cooper-Martin, E., & Holbrook M. B.(1993). Ethical consumption experiences and ethical space. *Advances in Consumer Research*, 20(1), 113-118.
- [20] Shaw, D., & Shiu, E.(2002). The role of ethical obligation and self-identity in ethical consumer choice. *International Journal of Consumer Studies*, 26(2), 109-116.
- [21] 송진아. “여행자의 윤리적 소비행동이 공정여행 인식 및 구매의도에 미치는 영향”, 경기대학교 석사학위논문, 2014.
- [22] 이소연. “소비자의 윤리적 성향과 구매의도에 관한연구”, 숙명여자대학교 박사학위논문, 2012.
- [23] 허은정·김우성. “소비자의 윤리적 소비행동과 관련요인 분석”, 『소비자학연구』, 23(4), 105-130, 2012.
- [24] 김민형·김정은. “윤리적 소비동기, 윤리적 소비, 공정관광 참여의도의 영향관계에 관한 연구”, 『관광경영연구』, 24(6), 99-112, 2020.
- [25] 송진아. “한국 공항 이용객의 윤리적 소비행동이 공정여행 인식 및 구매의도에 미치는 영향”, 『무역연구』, 17(2), 469-488, 2021.
- [26] 황희정. “관광의 공정성 지향 개념 구성과 척도 개발: 정의론에 근거하여”, 한양대학교 박사학위논문, 2013.
- [27] 박미혜. “공정여행 경험에 대한 소비자인식 연구”, 『한국생활과학회지』, 19(5), 857-872, 2010.
- [28] 김소윤. “신관광: 공정한 무역으로서의 공정여행”, 『여가관광연구』, 17, 17-26, 2011.
- [29] 송진아. “여행자의 윤리적 소비행동이 공정여행 인식 및 구매의도에 미치는 영향”, 경기대학교 석사학위논문, 2014.
- [30] 황희정. “관광의 공정성 지향 개념 구성과 척도 개발: 정의론에 근거하여”, 한양대학교 박사학위논문, 2013.
- [31] Zhou, L. “Destination attributes that attract international tourists to Cape Town”, Doctoral dissertation, University of the Western Cape, 2005.
- [32] 신희영. “공정여행의 선택속성이 공동가치창출과 고객시민행동에 미치는 영향, 경희대학교 석사학위논문, 2023.
- [33] 최은영. “공정여행 실천의지가 소비가치와 소비행복, 지지행위 및 소신소비에 미치는 영향관계 연구”. 경희대학교 대학원 박사학위논문, 2023.
- [34] Desmeules, R. “The impact of variety on consumer happiness: Marketing and the tyranny of freedom”. *Academy of Marketing Science Review*, 12(1), 1-18, 2002.
- [35] 조가람. “소비자 행복은 무엇인가?: 소비자 행복의 정의와 범주에 대한 탐색”, 『소비자정책 교육연구』, 20(2), 1-23, 2024.
- [36] Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H.

- L. "Subjective well-being: Three decades of progress", *Psychological Bulletin*, 125(2), 276-302, 1999.
- [37] Weeden, C. "Ethical tourism: An opportunity for competitive advantage?". *Journal of Vacation Marketing*, 8(2), 141-153, 2001.
- [38] Goodwin, H. & Francis, J. "Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK". *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 271-284, 2003.
- [39] Cleverdon, R. & Kalisch, A. "Fair trade in tourism". *International Journal of Tourism Research*, 2, 171-187, 2000.
- [40] Van Boven, L., & Gilovich, T. "To do or to have? That is the question". *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6), 1193 - 1202, 2003.
- [41] 정영신·유창조·이진용·박은아·양윤재·정수정. "소비유형별 소비행복의 비교". 『소비자학연구』, 24(2), 1-23, 2013.
- [42] Deleire, T., & Kalil, A. "Does consumption buy happiness? Evidence from the United States". *International Review of Economics*, 57(2), 163-176, 2010.
- [43] 김동수. "테니스 동호회 참여자의 유대감 유형 수준과 신뢰, 브랜드 애착 및 소비자 행복의 관계", 성결대학교 박사학위논문, 2022.

박 영 신 (Park, Youngsin)



- 2024년 현재: 용인한국외국어대학교 부설고등학교 교사
- 2012년 경희대학교 스포츠산업·경영 전공 (체육학박사)
- 관심분야: 경영학, 스포츠마케팅, 체육교육학
- E-Mail: sports4all@hafs.hs.kr

이 승 빈 (Lee, Seungbin)



- 2024년 현재: 용인한국외국어대학교 부설고등학교 2학년
- 관심분야: 청소년, 공정무역, 윤리적 소비
- E-Mail: 19223@hafs.hs.kr