

청소년 소비자의 환경제품 재구매의도에 관한 연구

-환경제품 구매경험자를 중심으로-

김 시 월 (건국대학교 소비자·주거학과 교수)

노 영 래*(건국대학교 소비자·주거학과 강사)

모든 소비자가 누리고 있는 현대 물질문명의 혜택은 자연환경의 끊임없는 개발에 의한 것이라고 할 수 있다. 이러한 개발 과정에서 자연환경의 파괴와 오염으로 인하여 자연환경의 보존이나 유지는 세계적으로 해결되어야 될 과제로 대두되었다.

환경을 고려하는 소비행태는 소비를 통한 환경오염의 감소에 기여할 뿐 아니라 환경오염의 주범이 되는 생산활동을 억제시킴으로써 환경보전의 가장 근본적인 결정요인이 된다. 결국 환경문제는 대량 생산에서 기인되는 것이며, 문제의 해결도 환경문제를 인식하고 환경의 파괴가 이루어지지 않도록 제품을 구매, 사용, 처리하는 소비자행동에서 찾지 않으면 안될 것이다. 그러므로 제품 구매시 환경오염을 덜 유발시키는 제품을 구매하는 것이 중요하다. 따라서 본 연구에서는 환경제품을 구매한 경험이 있는 청소년을 대상으로 환경활동경험과 환경제품 구매횟수, 구매만족도, 품목별 구매경험여부를 살펴본 후, 환경제품 재구매의도에 영향을 미치는 변인을 파악하고자 하였다.

조사대상자는 서울시와 경기도에 소재한 중·고등학교 청소년 소비자 중에서 환경제품을 구매한 경험이 있는 청소년 소비자를 모집단으로 하였다.

연구결과, 청소년의 환경활동경험 요인은 단체참여경험, 환경교육경험, 매체활용경험으로 분류되었다. 그리고 환경제품 구매횟수는 평균 5회 정도 구매하는 것으로 나타났으며, 환경제품 만족도는 품질과 가격에 대한 만족도는 높았으나, 디자인과 색상에 대한 만족도는 낮게 나타났다. 환경제품 품목별 구매경험여부에서는 종이류와 문구류·인쇄용품, 생활용품 및 보건위생용품의 순으로 나타났다. 그리고 환경제품 재구매의도에 대해 유의한 영향을 미치는 변수로는 봉사활동 종류(자원봉사하기), 요인Ⅱ(환경교육경험), 요인Ⅲ(매체활용경험), 환경제품 구매경험여부 중 종이류, 생활용품 및 보건위생용품, 그리고 환경제품 구매만족도로 나타났다.

이러한 결과를 통해서 파악된 본 연구의 시사점은 환경교육경험과 매체활용경험이 있는 청소년 소비자가 환경제품 재구매의도가 높은 것으로 나타나 학교에서는 다양한 매체와 학습도구를 활용하여 청소년이 환경활동을 적극적으로 할 수 있도록 해야 하며, 종이류와 생활용품 및 보건위생용품의 환경제품을 구매한 경험이 없는 청소년이 구입경험이 있는 청소년보다 재구매의도가 높게 나타나, 이와 관련된 환경제품의 질적 또는 미적 기능을 더 보완하여야 할 것이다. 또한 환경제품 구매만족도가 높을수록 재구매의도가 높은 것으로 나타나 기업에서는 환경제품의 품질과 가격도 중요하지만, 디자인이나 색상을 고려하여 제품을 만들어야 소비자들의 환경제품 재구매의도를 높일 수 있을 것이다.