

# 대학생소비자의 윤리적 소비행동에 따른 유형분류 및 특성분석

홍 은 실(전남대 부교수) · 신 호 연(전남대 박사과정)

## I. 연구배경 및 필요성

윤리(ethic)란 개인의 행동을 이끄는 도덕적 원리 혹은 기준(Muncy & Vitell, 1992)이며, 경제학적 관점에서의 소비(Consumption)란 인간이 욕망의 충족을 위하여 재화를 소비하는 일(채정숙 외, 2004)로 정의할 수 있다. 최근 들어 소비자는 상품을 선택할 때 가격이나 품질, 상표명칭 이외에도 윤리라는 부가적이거나 주된 선택기준을 적용해 상품을 선택하도록 변화되어 가고 있다. 원재료에서부터 제조와 완성, 유통 등의 과정과 제품을 생산하는 기업의 정신, 그리고 나의 소비의사결정이 이웃과 사회, 환경에 미칠 영향까지도 고려하도록 변화된 것이다.

그럼에도 불구하고 아직까지 우리사회에 윤리적 소비가 하나의 소비 트렌드로 자리 잡았다고 보기에 는 무리가 있으며, 뜻이 있는 몇몇 연구자와 단체, 그리고 소수의 소비자만이 윤리적 소비에 관심을 기울이고 있는 것이 현실이다. 그러나 이들의 윤리적 소비에 대한 관심과 그들이 보여준 행동은 최근 소비의 기준과 개념까지도 변화시키고 있다. 과거 가격 대비 품질을 따지는 합리적 소비에서 이웃과 환경, 미래세대를 생각하며 좋은 뜻으로 정당한 대가를 주고 만든 사회적 가치를 고려한 윤리적 소비로 변화하고 있는 것이다.

그러나 한국에서의 윤리적 소비에 대한 연구는 이제 시작단계로 윤리적 소비를 어떻게 정의내고 분류 할 것인지, 그리고 분류된 윤리적 소비 유형별 특성이 어떠한가를 파악하는 것이 기초 과제라고 하겠다. 따라서 본 연구에서는 먼저 국내외 선행연구 고찰을 통해 윤리적 소비의 개념을 정리하고, 척도를 구성하여 대학생을 대상으로 하여 경험적 조사를 한 후 조사대상 대학생의 윤리적 소비행동의 실태를 알아보고자 한다. 그런 다음 조사대상자를 세 영역의 윤리적 소비행동을 기준으로 삼아 적절한 집단으로 분류하여, 분류된 유형의 윤리적 소비행동의 특성을 기술하고 그 유형별 인구통계학적 특성과 소비교육경험 특성, 사회심리적 특성을 밝힘으로써 윤리적 소비에 대한 기초 결과를 마련하고자 한다.

## II. 연구방법

### 1. 연구문제

<연구목적 1> 윤리적 소비행동에 따라 대학생소비자는 어떠한 유형으로 분류되는가?

<연구목적 2> 대학생소비자의 윤리적 소비행동 유형별 제반 특성은 어떠한가?

[2-1] 윤리적 소비행동 유형별 인구통계학적 특성은 차이가 있는가?

[2-2] 윤리적 소비행동 유형별 소비교육경험 특성은 차이가 있는가?

[2-3] 윤리적 소비행동 유형별 사회·심리적 특성은 차이가 있는가?

## 2. 척도의 구성

### 1) 조사도구의 구성

#### (1) 윤리적 소비행동 변인

윤리적 소비행동이란 개인의 소비생활이 자신과 타인, 사회와 자연환경을 존중하고 배려한 선(善)한 행위로 정의할 수 있다. 윤리적 소비행동 척도는 크게 ‘상거래에서의 윤리적 소비’, ‘동시대 인류를 위한 윤리적 소비’, ‘미래세대를 위한 윤리적 소비’로 구성되었다.

상거래에서의 윤리적 소비 척도는 신상현(2000)이 선행연구를 기초로 하여 작성한 척도를 수정·보완하여 ‘속임’, ‘손상’, ‘오용’, ‘불법’의 4영역, 14문항으로 구성하였다. ‘전혀 그렇지 않다’에서 ‘매우 그렇다’까지 5점 리커트 척도(5-point Likert scale)로 측정하였으며, 모든 문항이 비윤리적인 내용이므로 점수가 높을수록 비윤리적인 것으로 해석하였다.

동시대 인류를 위한 윤리적 소비 척도는 천경희 외(2010)의 척도를 수정·보완하여 ‘공정무역 제품 소비’, ‘기부와 나눔 소비’, ‘사회의식적 소비’, ‘로컬소비’의 4영역, 14문항으로 구성하였다. ‘전혀 그렇지 않다’에서 ‘매우 그렇다’까지 5점 리커트 척도(5-point Likert scale)로 측정하였으며, 점수가 높을수록 윤리적 소비를 하는 것으로 해석하였다.

미래세대를 위한 윤리적 소비 척도는 천경희 외(2010)의 척도를 수정·보완하여 ‘녹색구매’, ‘녹색사용’, ‘녹색처분’, ‘절제와 간소한 삶’의 4영역, 15문항으로 구성하였다. ‘전혀 그렇지 않다’에서 ‘매우 그렇다’까지 5점 리커트 척도(5-point Likert scale)로 측정하였으며, 점수가 높을수록 윤리적 소비를 하는 것으로 해석하였다.

#### (2) 배경변인

##### ① 인구통계학적 변인

연령은 만 연령을, 가계소득은 월평균 가계소득을 만원 단위로 기입하도록 하였다. 종교는 기독교, 천주교, 불교, 기타종교, 종교 없음으로 분류되며, 신앙심은 종교가 있는 대학생만을 대상으로 하여 ‘매우 얕다’에서 ‘매우 깊다’까지 5점 리커트 척도(5-point Likert scale)로 측정하였다.

##### ② 소비교육경험 변인

소비교육경험은 최근 2년 이내에 학교나 사회단체 등에서 소비생활에 관한 교육을 받은 경험이 있는지를 빈도를 물어 측정하였다. 소비윤리관련 매체접촉빈도는 최근 2년 이내에 소비윤리에 관한 책이나 잡지, TV나 라디오, 인터넷 등의 매체를 어느 정도 접했는지를 빈도를 물어 측정하였다.

##### ③ 사회·심리적 변인

물질주의 가치관은 임은아(2004)가 Richins와 Dawson(1992)의 물질주의 가치 척도를 수정·보완하여 12문항의 5점 리커트 척도(5-point Likert scale)로 측정하였고, 점수가 높을수록 물질주의 성향이 높다고 해석하였다.

사회적 책임의식은 Berkowitz와 Lutterman(1968)이 개발한 척도를 활용한 권정호(2007)의 척도를 수정·보완하여 6문항의 5점 리커트 척도(5-point Likert scale)로 측정하였고, 점수가 높을수록 사회적 책임의식이 높다고 해석하였다.

이상주의는 Forsyth(1980)에 의해 개발된 Ethics Position Questionnaire(EPQ) 척도를 수정·보완하여 7문항의 5점 리커트 척도(5-point Likert scale)로 측정하였고, 점수가 높을수록 이상주의 성향이 높다고 해석하였다.

상대주의는 Forsyth(1980)에 의해 개발된 Ethics Position Questionnaire(EPQ) 척도를 수정·보완하여 6문항의 5점 리커트 척도(5-point Likert scale)로 측정하였고, 점수가 높을수록 상대주의 성향이 높다고 해석하였다.

## 2) 조사대상 및 자료수집

본 연구의 조사대상은 4년제 대학에 재학 중인 대학생이다. 대학생은 발달 단계상 청소년 후기에 속하나 이미 성인기로 접어들어 청소년기의 특성과 성인의 특성을 모두 가지고 있는 소비자이다. 자료 수집은 2010년 6월 광주광역시 소재 C대학과 J대학, E대학, H대학, N대학에서 교양과목과 전공과목을 수강하는 학생 800명을 대상으로 담당교수의 도움을 받아 강의시간에 질문지를 작성하게 한 후 수거하였으며, 후 총 761부가 자료 분석에 사용되었다.

## 3) 자료분석

수집된 자료는 부호화와 전산화하여 SAS(Statistical Analysis System) 통계패키지를 이용하여 분석하였다. 대학생소비자의 윤리적 소비실태를 파악하기 위해 빈도와 백분율, 평균, 표준편차와 같은 산술 통계량을 산출하였고, 윤리적 소비행동에 따른 대학생소비자의 유형을 나누기 위해 Ward의 계보적 군집분석(hierarchical cluster analysis)을 실시하였다. RMS SD와 CCC(Cubic Clustering Criterion)를 판정기준으로 사용하여 군집 수를 결정하였고, 유형의 타당성을 검증하기 위하여 일원분산분석(one-way ANOVA), 사후다중비교검정으로 Duncan's Multiple Range Test를 실시하였다. 마지막으로 배경변인에 따른 대학생소비자의 윤리적 소비유형 특성을 파악하기 위해 교차분석( $\chi^2$ )과 일원분산분석(one-way ANOVA), 사후다중비교검정으로 Duncan's Multiple Range Test를 실시하였다.

# III. 결과해석

## 1. 대학생 소비자의 윤리적 소비행동 유형

윤리적 소비행동에 따라 조사대상 대학생이 어떻게 분류되는지를 알기 위해 군집분석을 실시하였다. 군집분석 방법으로는 3하위영역의 윤리적 소비행동 점수를 특성변인으로 하여 조사대상자를 비슷한

유형으로 묶는 Ward의 계보적 군집분석(hierarchical cluster analysis)을 선택하였다. 군집 수의 결정은 RMS SD와 CCC(Cubic Clustering Criterion)를 판정기준으로 사용하며, RMS SD 값의 변화를 관찰했을 때와 군집의 개수에 따라 CCC 값을 플롯(plot)했을 때를 참고하여 군집 수를 5개로 결정하였다.

<군집 1>은 군집 수가 3일 때부터 5일 때까지 한 군집을 이루는 매우 이질적인 유형으로 ‘상거래에서의 윤리적 소비’와 ‘동시대 인류를 위한 윤리적 소비’, ‘미래세대를 위한 윤리적 소비’ 점수가 모두 높은 집단으로서 이 군집을 ‘전영역 적극집단’으로 명명하였다. 이 집단은 조사대상자의 16.7%에 해당한다. <군집 2>는 ‘상거래에서의 윤리적 소비’와 ‘동시대 인류를 위한 윤리적 소비’, ‘미래세대를 위한 윤리적 소비’ 점수가 모두 전체 평균값 정도이므로 이 군집은 ‘전영역 평균집단’으로 명명하였다. 이 집단은 조사대상자의 절반가량(41.6%)에 해당하는 집단이다. <군집 3>은 ‘상거래에서의 윤리적 소비’ 점수는 낮지만 ‘동시대 인류를 위한 윤리적 소비’와 ‘미래세대를 위한 윤리적 소비’ 점수는 조사대상자에서는 상대적으로 높았다. 하지만 ‘동시대 인류를 위한 윤리적 소비’ 점수가 중간 값 미만이므로 이 군집을 ‘미래지향 집단’으로 명명하였다. 이 집단은 조사대상자의 13.9%에 해당한다. <군집 4>는 ‘동시대 인류를 위한 윤리적 소비’와 ‘미래세대를 위한 윤리적 소비’는 낮으나 ‘상거래에서의 윤리적 소비’ 점수는 매우 높아 ‘상거래지향 집단’으로 명명하였고 조사대상자의 가장 적은 비율(9.1%)을 차지한다. <군집 5>는 ‘상거래에서의 윤리적 소비’와 ‘동시대 인류를 위한 윤리적 소비’, ‘미래세대를 위한 윤리적 소비’ 점수가 모두 낮은 집단으로 ‘전영역 소극집단’으로 명명하였다. 이 집단은 조사대상자의 18.7%에 해당한다.

## 2. 대학생소비자의 윤리적 소비행동 유형별 제반 특성

‘전영역 적극집단’ 대학생은 연령이 높고 4학년의 비율이 높고 가계소득이 낮고 기독교의 비율이 높고 어느 종교이든 신앙심이 높은 경향이 있다. 교육경험에서는 소비교육을 받은 경험이 있고, 소비윤리 관련 매체에 자주 접한 집단이다. 윤리적 소비와 정적 관계가 있는 사회적 책임의식과 이상주의 성향이 높은 반면 윤리적 소비와 부적 관계가 있는 물질주의 가치성향과 상대주의 성향은 낮은 집단이다.

‘전영역 평균집단’의 연령은 중간 연령의 비율이 높고 가계소득이 낮고 천주교와 불교의 비율이 높고 여학생의 비율이 상대적으로 높다. 교육경험에서는 소비교육을 받은 경험이 적고 관련 매체에 어느 정도는 접하고 있다. 윤리적 소비와 정적 관계가 있는 사회적 책임의식과 이상주의 성향이 중간 정도이며, 윤리적 소비와 부적 관계가 있는 물질주의 성향은 중간 정도, 상대주의 성향은 낮다.

‘미래지향 집단’은 4학년의 비율이 높고 가계소득이 높다. 특이한 점은 윤리수준이 높은 앞의 두 집단보다 소비교육경험 빈도가 높고 관련 매체접촉 빈도가 높다는 것이다. 그리고 윤리적 소비와 정적 관련이 있는 사회적 책임의식과 이상주의 성향이 가장 낮고, 윤리적 소비와 부적 관련이 있는 물질주의 가치성향과 상대주의 성향이 가장 높아서 심리·사회적 특성에서는 윤리수준이 가장 낮은 집단보다 더 강한 경향을 보였다.

‘상거래지향 집단’은 연령이 낮고 1학년과 남학생 비율이 상대적으로 더 높다. 소비자 교육을 받은 경험이 적고 관련 매체를 접한 경험도 적다. 윤리적 소비와 정적 관련이 있는 사회적 책임의식은 낮고 이상주의는 중간정도이며, 윤리적 소비와 부적 관련이 있는 물질주의 가치와 상대주의 성향도 중간정도이다.

‘전영역 소극집단’은 종교가 없거나 종교가 있어도 신앙심이 낮다고 응답한 비율이 높다. 소비자 교육을 받은 경험이 적고 관련 매체를 접한 경험도 적다. 윤리적 소비와 정적 관련이 있는 사회적 책임의식과 이상주의 성향이 낮으며, 윤리적 소비와 부적 관련이 있는 물질주의 가치성향이 높고 상대주의 성향은 중간정도이다.

## V. 결론 및 제언

지금까지의 연구결과를 바탕으로 결론과 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상 대학생은 윤리적 소비행동을 하는데 있어 상거래에서의 윤리적 소비행동 점수는 높은 반면 동시대 인류를 위한 윤리적 소비행동 점수는 상대적으로 낮았다. 이는 공정무역과 로컬소비를 아는 대학생들이 많지 않고, 아직까지는 공정무역상품과 지역농산물이 고가이므로 경제적 여유가 충분치 않은 대학생들이 이들 소비를 하기에는 한계가 있기 때문이다. 뿐만 아니라 조사대상 대학생은 기부와 나눔 소비 점수가 매우 낮아 가치분소득이 낮은 대학생이 자발적인 기부를 하기에는 제약이 많음을 알 수 있었다. 윤리적 소비가 상거래에서의 윤리 뿐 아니라 동시대 인류와 미래 세대를 위한 윤리까지 확대되어야 하기 때문에 부족한 부분을 보강시켜야 할 것이다.

둘째, 조사대상자를 윤리적 소비행동에 따라 5집단으로 분류하였다. 윤리적 소비행동 수준이 높은 순서대로 배열하면 ‘전영역 적극집단’, ‘전영역 평균집단’, ‘미래지향집단’, ‘상거래지향집단’, ‘전영역 소극집단’ 순이며, 전체 조사대상자의 윤리적 소비행동 유형별 비율을 살펴보면 ‘전영역 평균집단’이 41.6%, ‘전영역 소극집단’이 18.7%, ‘전영역 적극집단’이 16.7%, ‘미래지향 집단’이 13.9%, ‘상거래지향 집단’이 9.1%를 차지하였다. 세 영역의 윤리적 소비가 모두 낮은 집단과 어느 한 영역에만 치우친 집단이 문제가 있다고 했을 때 조사대상자의 1/4 이상이 윤리적 소비행동에 문제가 있다고 할 수 있다.

셋째, ‘전영역 적극집단’ 대학생은 연령이 높고, 4학년이 많으며, 가계소득이 낮고, 기독교 비율이 높고, 신앙심이 높았다. 또한 소비교육경험과 소비윤리관련 매체에 자주 접한 집단이며, 사회적 책임의식과 이상주의 성향이 높고 물질주의 가치성향과 상대주의 성향은 낮은 집단이다. 이를 통해 윤리적 소비행동 수준이 가장 높은 ‘전영역 적극집단’으로 대학생 소비자들을 이끌기 위해서는 어릴 때부터 윤리적 소비경험을 할 수 있는 기회를 제공해야 한다. 종교가 없는 대학생들에게 지속적인 소비교육을 실시하고, TV나 라디오, 책 등을 통해 윤리적 소비에 대한 동기부여 기회를 제공해 주어야 한다. 또한 물질주의를 조장하는 과시소비와 과소비와 같은 비합리적인 소비문화를 지양하도록 소비교육을 지속적으로 실시하며, 소비를 할 때에는 건강과 이웃과 환경을 생각하며 책임 있는 소비를 하도록 이끌어야 하겠다.

넷째, ‘전영역 평균집단’ 대학생은 중간 연령 비율이 높고, 가계소득이 낮으며, 천주교와 불교의 비율이 높고, 여학생의 비율이 높았다. 또 소비교육 경험을 받은 경험은 적으나 소비윤리 관련 매체에는 어느 정도 접하고 있었다. 그리고 사회적 책임의식과 이상주의 성향, 물질주의 성향은 중간정도이고, 상대주의 성향은 낮았다. 이 유형이 조사대상자 전체의 41.6%를 차지한다는 점에 주목하면 이들에 대한 깊은 관심이 요구된다. 이들의 윤리적 소비행동 수준을 끌어올리기 위해서는 소비교육 기회를

보다 많이 제공하고, 사회적 책임의식을 기르고 이상주의 가치관을 함양하고 물질주의 가치를 지양하는 책임과 가치 관련 교육을 지속적으로 실시해야 하겠다.

다섯째, ‘미래지향 집단’은 4학년의 비율이 높고, 가계소득이 높으며, 소비교육경험과 관련매체접촉 빈도가 높다. 그러나 사회적 책임의식과 이상주의 성향이 가장 낮고, 물질주의 가치관과 상대주의 성향이 가장 높다는 특징을 보이는 집단이다. 이 집단의 윤리적 소비행동은 상거래에서의 윤리 수준만 제외하면 비교적 긍정적이지만 사회·심리적 특성은 기존의 연구에서 밝혀진 윤리적 소비에 긍정적 영향을 미치는 방향과 반대 방향을 보였다. 따라서 이들 집단에게는 가장 필요한 것은 태도와 가치교육이며, 적절한 가치 교육이 전제된다면, 그리고 상거래에서의 윤리적 소비행동을 보장한다면 보다 높은 수준의 윤리적 소비행동을 하는 집단이 될 것이다.

여섯째, ‘상거래지향 집단’은 연령이 낮고 1학년과 남학생 비율이 상대적으로 높으며, 소비교육 경험과 관련 매체 접촉 빈도가 낮은 집단이다. 또한 사회적 책임의식이 낮고 이상주의와 물질주의, 상대주의 성향은 중간 정도인 집단이다. 이 집단이 수준 높은 윤리적 소비를 하기 위해서는 부족한 부분인 동시대 인류를 위한 소비와 미래세대를 위한 소비의 중요성을 인식시키고 구체적인 실천 방안의 제시가 필요하다. 또한 소비교육과 소비윤리 특히 동시대 인류와 미래세대를 위한 소비윤리에 관한 매체 경험의 기회를 제공하며, 이러한 교육과 관련 매체접촉을 통해 바람직한 도덕적 행동을 수용하는 정도로 정의되는 이상주의 가치를 함양하도록 해야 하겠다.

일곱째, ‘전영역 소극집단’은 종교가 없거나 종교가 있어도 신앙심이 낮으며, 소비교육경험 및 관련 매체 접촉 빈도가 낮은 집단이다. 또한 사회적 책임의식과 이상주의 성향이 낮고 물질주의 가치성향이 높고 상대주의 성향은 중간정도인 집단이다. 종교가 없는 대학생들의 소비행동을 윤리적 소비로 이끌기 위해서는 바람직한 가치관 및 윤리적 소비에 대한 교육경험을 자주 제공하는 환경을 조성하는 것이 필요하다. 교육은 반드시 학교에서 뿐만이 아니라 대학생들이 주로 활용하는 인터넷과 정보통신기기를 통해서도 가능하므로 이들 매체를 활용한 윤리적 소비 교육 콘텐츠를 개발하여 대학생들의 접근성을 높이는 것도 윤리적 소비행동을 이끄는 방안이 될 것이다.

## [참고문헌]

- 권정호(2007). 사회적 책임성을 중심으로 한 소비자 윤리 구축방안. 윤리연구, 64, 82-102.
- 신상현(2000). 청소년 소비자들의 상거래 윤리에 관한 연구. 소비자학연구, 11(3), 153-168.
- 임은아(2004). 물질주의성향과 과소비성향에 따른 유명패션브랜드 선호도와 구매행동: 대학생소비자를 중심으로. 조선대학교 석사학위논문.
- 채정숙 · 유두련 · 김정희(2004). 정보사회의 소비자와 시장, 신정.
- 천경희 · 홍연금 · 윤명애 · 송인숙(2010). 착한소비 윤리적 소비. 시그마프레스.
- Berkowitz, L. & Lutterman, K.(1968). The traditionally socially responsible personality. Public Opinion Quarterly, 32, 169-185.
- Forsyth, D.R.(1980). A Taxonomy of Ethical Ideologies. Journal of Personality & Social Psychology, 39(1), 40-51, 175-184.
- Muncy, J.A. & Vitell, S.J.(1992). Consumer ethics: An investigation of the ethical beliefs of the final consumer. Journal of Business Research, 18(2). 188-209.
- Richins, M.L. & Dawson, S.(1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation. Journal of Consumer Research, 19(3), 303-316.





## ‘대학생소비자의 윤리적 소비행동에 따른 유형분류 및 특성분석’에 대한 토론

조 혜 진 (서울대 생활과학연구소 연구교수)

- ▶ 이 연구는 소비에 있어서 기업의 사회적 책임과 환경보호를 포함한 지속가능한 발전까지 고려하는 윤리적 소비에 대해 다루고 있어 연구주제 면에서 매우 시의적절하다고 판단됩니다. 또한 대학생소비자의 윤리적 소비행동을 군집분석을 통해 유형화하고 교차분석과 ANOVA, Duncan's 다중비교방법을 통해 각 유형별 특성을 연구방법도 적절하다고 판단됩니다. 따라서 이 연구가 윤리적 소비에 대한 사회적 관심을 제고시키는데 일조하고 향후 대학생과 일반 소비자들에게 윤리적 소비를 권장하고 보급시킬 수 있는 교육프로그램 개발의 기초자료로 활용될 수 있을 것이라고 생각합니다. 다만 향후 연구의 보다 나은 발전적 진행을 위해 몇 가지 질문과 제언을 하고자 합니다.
- ▶ 척도의 구성에 있어서 윤리적 소비행동 척도는 상거래에서의 윤리적 소비, 동시대 인류를 위한 윤리적 소비, 미래 세대를 위한 윤리적 소비로 구성되었고, 연령과 가계소득, 종교와 신앙심을 인구통계학적변인으로 소비교육경험 변인은 소비교육경험과 관련 매체접촉빈도로 측정하였고, 사회·심리적 변인은 물질주의, 사회적 책임의식, 이상주의, 상대주의 등으로 측정하였습니다. 박미혜·강이주(2009), 고애란(2009) 등의 선행연구를 살펴보면 이외에도 윤리적 소비를 측정하는데 있어서 불매운동, 관계적 구매, 충분한 검증 등의 행동적 측면과 소비자 효과성 지각, 인간관계 중시 가치관 등의 사회·심리적 측면을 고려한 바 있습니다. 윤리적 소비는 소비자의 소비행동의 변화로 즉각적으로 연결되는데 이러한 부분이 간과된 것이 아닌지 궁금합니다.
- ▶ 대학생소비자의 윤리적 소비행동 유형을 ‘전영역 적극집단’, ‘전영역 평균집단’, ‘미래지향 집단’, ‘상거래 집단’, ‘전영역 소극집단’의 5개 집단으로 명명하였습니다. 원래 유형을 분류해서 집단별 특징에 따라 유형을 명칭을 정하는 것이 어렵습니다. 하지만 유형의 명칭을 듣기만 해도 그 집단의 전반적인 특징을 인지할 수 있도록 하는 것이 바람직할 것입니다. 예를 들어 유형별 특성을 살펴본 결과, ‘전영역 적극집단’은 ‘책임의식과 이상주의성향이 높은 집단’으로 ‘전영역 소극집단’은 ‘책임의식과 이상주의 성향이 낮은 집단’ 등으로 충분히 특성을 정리할 수 있을 것 같은데 어떻게 생각하시는지요?
- ▶ 결론에서 윤리적 소비가 상거래에서의 윤리뿐 아니라 동시대 인류와 미래 세대를 위한 윤리까지 확대되어야 하므로 부족한 부분을 보강시켜야 한다고 했는데, 부족 부분을 어떻게 보강시킬 것인지에 대해서도 심도있는 고민이 필요할 것 같습니다.
- ▶ 마지막으로 각 집단별 대학생 소비자들을 위한 교육방법을 제시하였는데 중복되는 부분이 많고,

구체적인 방법이 부족하여 체계적인 보완이 필요할 것 같습니다. 특히 대학생 소비자를 적극집단으로 이끌기 위해 윤리적 소비경험을 할 기회를 어려서부터 제공하고 종교가 없는 대학생에게 지속적인 소비교육을 시키자 라고 하였는데, ‘전영역 적극집단’의 윤리적 소비를 높은 수준으로 유지하도록 하는데 초점을 맞추고 이들을 다른 유형의 소비자들에게 윤리적 소비를 전파하는 역할을 하는 구심점 역할을 할 수 있도록 교육을 해야 하지 않을까하는 생각을 해 보았습니다.