

구매, 사용, 처분단계에서 소비자의 환경보전행동 결정요인 분석

The determinants of consumers' pro-environmental behavior in the stage of purchase, usage, and disposal

허경옥*

성신여자대학교 가족문화소비자학과

Kyungok Huh

Dept. of Family Culture and Consumer Science, Sungshin Women's University

Abstract

With an analysis of recent, nationwide data, this study figured out the level of consumers' pro-environmental behavior and investigated the behavioral determinants in the light of purchase, use, and disposal of pro-environmental goods. The major results are as below:

Married consumers or consumers in their 40s were more likely to purchase pro-environmental goods. Consumers with high income—for example, over 3 million won per month—were less likely to purchase such goods. Married women or 40s/50s consumers tended not to buy used goods. Males than females, non-married than married, employed than unemployed had a higher pro-environmental behavior in the use stage. Furthermore, in the disposal stage, male than female, married than non-married, young than old, and consumers with low income than high income showed more active pro-environmental behavior.

The purchasing behavior of pro-environmental goods was supported by both perspectives of rational behavior and social behavior. On the other hand, the purchasing behavior of used goods was supported only by rational behavior perspective. It is also revealed that personal value perspective, along with the above two, influences the pro-environmental behavior in the stage of use and disposal. Overall, a high level of pro-environmental behavior was detected in such consumers as rational, public rule-abiding, in favor of environmental policy, and also in consumers with strong family values or those with less materialistic value.

Key Words : pro-environmental behavior, determinants of pro-environmental behavior

I. 서론

현대 경제사회가 대량생산, 대량소비 체제로 가속화되면서 소비자들은 물질적으로 풍요로운 삶을 누리게 되었다. 그러나, 이 같은 풍요로운 생활은 과다소비, 자원 남용, 과다 쓰레기 발생 등의 환경문제를 초래하게 되었다. 환경문제는 수질, 대기, 공기오염으로부터 오존층파괴, 지구온난화, 그리고 과다 쓰레기 문제 등으로 확대되면서 생산, 소비, 처분 등 소비자의 문제로 귀착되기에 이르렀다. 환경을 파괴하는 많은 요인들은 일상 소비생활과 밀접하므로 재이용, 재활용, 환경 친화적 쓰레기 처리 등

소비자의 책임 있는 소비생활이 더욱 중요하게 되었다.

환경오염, 환경파괴가 전 세계, 지구 곳곳에서 발생하면서 환경문제 해결을 위한 세계 각국의 노력이 계속되고 있다. 환경문제에 대응하기 위한 세계 각국 노력의 일환으로 1992년에는 '환경적으로 건전하고 지속 가능한 개발'이라는 주제로 브라질에서 유엔환경개발회의가 열린 바 있다. 경제발전과 환경보전, 지속 가능한 소비는 전 세계 생산자 그리고 소비자들에게 가장 중요한 이슈가 되고 있다. Hardin(1998)은 쓰레기 문제는 개인은 물론, 기업, 정부, 사회 모두의 문제이면서 동시에 국가 간의 세대 간의 문제라고 주장하였다. 또한, 그는 쓰레기는 소비재 (consumer products)의 부산물(joint product)로써 버려야

* Corresponding author: Huh, Kyungok
Tel: 02) 920-7408, Fax: 02) 921-6804
E-mail: kohuh@sungshin.ac.kr

하는 것이 아닌 사용해야 하는 자원이라고 주장하였다.

환경보전이 인류 최대의 과제로 등장하면서 환경과 관련한 소비자학 분야의 연구가 일찍부터 수행되기 시작하였다. 환경 관련 초기 연구는 환경 소비자 규명 연구, 환경의식이나 태도, 환경 지향적 태도 및 환경보전행동에 영향을 미치는 요인 파악, 환경태도와 행동 간의 관계 분석 등의 연구가 진행되어 왔다(허경옥, 2004). 환경문제는 소비생활 전 영역에서 발생하고 있고 환경보전 행동이 여러 요인에 의해 영향 받으므로 환경에 대한 다양한 접근이 필요하다. 그러나, 많은 선행연구들은 환경에 대한 의식이나 태도, 쓰레기 감량, 분리수거, 재활용 등 처분이나 사용과 관련한 환경보전행동에 치우치고 있으며, 환경제품 구매 등 구매와 관련한 소비행동에 초점을 두는 연구는 상대적으로 미흡한 편이다(이기춘 외, 1996). 구매단계의 환경 친화적 소비행동은 기업의 환경경영을 촉진시키고, 환경오염 문제를 해결하는데 중요하므로 이에 대한 연구가 더 많이 수행되어야 함은 물론이고, 궁극적으로는 소비생활 전반을 반영하는 포괄적인 연구가 필요하다.

한편, 환경보전행동에 영향을 미치는 변수에 대한 연구는 양적으로 많이 진행되어 왔으나 선행연구들이 주로 사회·인구학적 변수에 초점을 두고 있고, 다른 영향력 있는 변수들을 규명하지 못해 왔다. 이 같은 경향은 선행연구들이 환경보전행동을 연구함에 있어 이론적 전개나 배경 없이 조사대상자의 특성 변수에만 초점을 두어 왔기 때문이다. 환경보전행동을 설명하는 또 다른 모델은 크게 경제적 측면, 개인의 가치나 태도 측면, 정부환경정책 등 사회적 측면으로 설명할 수 있다. 환경보전행동을 설명하는 이론적 모델은 경제적 접근, 개인의 태도 및 행동 접근, 이타주의적 접근, 사회적 접근 등이 개발되고 있다. 이 같은 다양한 이론적 접근은 환경보전행동을 설명하는 실증연구에 중요한 실마리를 제공하고 있다. 그러나 선행연구들이 이 같은 다양한 이론이나 모델을 충분히 반영하지 못하고 사회·인구학적 특성이나 특정 변수의 영향력에만 치중해 왔다. 따라서 본 연구에서는 환경보전행동을 설명하는 이론을 응용하여 그 영향력을 검증하고자 한다. 구체적으로, 환경보전행동에 영향을 미칠 것으로 간주되는 주요 변수들, 특히, 경제적 변수, 개인가치 변수, 사회적 변수들이 환경보전행동에 미치는 영향력을 검증하고자 한다.

구체적으로, 본 연구에서는 우리나라 성인의 구매, 사용, 처분, 즉 소비생활 전 단계에서의 환경보전행동수준에 대해 파악하고, 사회·인구학적 변수 및 기타 변수들이 환경보전행동에 미치는 영향을 규명하고자 한다. 이때, 환경보전행동에 대한 이론적 접근을 응용하여 환경보전행동에 영향을 미칠 수 있는 새로운 변수를 찾아내고자

한다. 첫째, 전국 규모의 대표성 있는 최신 자료를 사용하여 우리나라 성인 소비자의 환경보전행동 수준을 구매, 사용, 처분단계로 구분하여 사회·인구학적 변수에 따라 어떤 차이가 있는가를 조사한다. 둘째, 환경보전행동에 영향을 미칠 것으로 사료되는 합리적 소비성향, 공중질서 실천, 환경정책지지도, 물질가치 인식, 가정가치 인식 변수가 사회·인구학적 변수에 따라 어떤 차이가 있는가를 조사한다. 끝으로, 소비생활 단계별로 구분하여 환경보전행동에 영향을 미치는 변수를 조사한다.

본 연구는 첫째, 소비자의 환경보전행동을 소비생활 단계별로 구분하여 분석함으로써 그 동안 처분에 초점을 둔 것에서 탈피하여 구매, 사용 등 소비생활 전반의 환경보전행동에 대한 포괄적인 이해를 갖는 계기를 제공한다. 둘째, 환경보전행동을 설명함에 있어 사회·인구학적 변수 이외에 환경보전행동을 결정하는 변수들, 즉 물질 및 가정에 대한 가치인식, 공중질서 실천 및 환경정책 지지도 등 다양한 변수들의 영향력에 대해 관심을 갖는 계기를 제공한다. 특히, 본 연구에서 환경보전행동과 관련된 이론적 배경에 대해 논의하고 이를 응용하여 다양한 변수들의 영향력을 파악함으로써 환경보전행동에 대한 논리적, 이론적 차원에서 새롭게 접근하는 계기를 제공할 수 있다. 다시 말해, 본 연구가 그 동안의 선행연구에서 고려하지 않았던 새로운 변수들의 영향력을 검증하였다는 점에서 구별된다고 하겠다. 셋째, 본 연구에서 환경보전행동에 영향을 미치는 새로운 변수를 파악하고 소비생활 단계에 따라 환경보전행동을 구별하여 분석함으로써, 환경교육, 환경운동, 환경정책수립 및 시행의 구체적인 가이드라인을 제공하고자 한다. 무엇보다도 환경교육 및 환경정책에 있어 환경보전행동에 영향을 미치는 개인적 가치나 태도, 공중질서 실천, 환경정책에 대한 소비자들의 지지도 등에 대한 이해를 바탕으로 구체적인 방향의 교육, 운동, 정책이 수립·이행되는 계기를 제공하고자 한다. 끝으로, 본 연구에서는 전국 규모의 대표성 있는 최신 자료를 사용하여 우리나라 소비자의 환경보전행동을 분석하였다는 점에서 그 가치가 있다고 하겠다.

II. 이론적 배경

1. 소비생활 단계와 환경친화적 행동

환경문제가 심각해지면서 환경보전행동에 대한 소비자의 책임과 역할이 강조되고 있다. 사용단계에서 환경보전행동은 쓰레기를 감안한 사용전략, 절약하기 등 다양한

방법으로 실천되어왔고, 처분 단계의 경우 재활용하기, 쓰레기 안 버리기, 분리수거 등이 대표적인 실천 방법이다. 그런데 환경보전과 관련한 소비자들의 역할은 단순히 쓰레기 분리수거나 재활용을 넘어서서 환경 친화적 제품, 중고제품, 리필제품, 환경재생제품 등의 구매나 사용, 또는 환경에 악영향을 미치는 제품에 대한 불매나 사용 안 하기 등 소비자의 구매, 사용, 처리 과정의 총체적인 환경보전행동을 실천하는 것이다. 재활용, 쓰레기 줄이기, 자원절약 등 처분 또는 사용과 관련한 환경보전행동은 우리나라에서 일찍부터 그 중요성이 강조되어 왔고, 환경 소비자교육도 이에 초점이 맞춰져 왔다. 그러나 최근 자원재활용 제품구매, 환경 친화적 제품 구매 등 환경보전을 위한 구매자로서의 역할 및 기능 그리고 책임이 강조되고 있다(이승신, 이해임, 류미현, 1993). 구매단계에서 환경보전행동의 목표는 환경친화적 제품, 재이용이나 재활용 가능 제품, 재활용 원료를 사용한 제품을 구매하는 것이다. 결국, 환경 친화적 행동은 재생제품, 환경제품, 환경친화적 제품의 구매행동을 포함하여 쓰레기 안 버리기, 절약, 재활용 등 소비생활의 세 단계인 구매, 사용, 처분 일련의 과정에서 실천할 수 있는 행동이다(이정전, 1994; 이득연, 2000).

2. 환경보전행동에 대한 이론적 접근

환경보전행동을 설명하는 이론적 모델이 다양하게 도입되어 왔는데, 대체로 경제적 동기나 합리적 행동을 강조하는 이론, 개인의 가치 및 태도에 초점을 두는 가치·태도 모델, Schwartz의 이타주의 모델(도덕적 결정에 초점), 사회 규범적 행동 모델(theory of reasoned action)이다. Bryce, Day, Olney(1997)는 환경보전행동을 설명하는 이론적 접근을 소개하였는데 이는 i) 응용 행동적 접근(applied behavior analysis: 환경행동 촉진을 위한 포상과 규제, 경각심 고취, 법적 강제), ii) 동기부여 접근(incentive-based approach: 금전 지급, 복권형태의 당첨, 쿠폰, 컨테스트), iii) 설득적 대화 접근(persuasive communication approach: 환경교육, 광고, 캠페인), iv) 사회적 영향 접근(social influence approach: 사회적 공감대), v) 규범적 접근(commitment approach: 자아인지/self perception, 규범)이다. Stern(1999)은 환경보전행동을 설명하는 이론으로, 개인적 접근, 행동적 접근, 구조적(contextual) 접근 세 가지로 구분하고, 개인적 접근은 개인과 사회적 의무감에 대한 도덕적 신념, 환경에 대한 태도, 다양한 인지·동기·감정에 의해 결정된다고 주장하였다. 한편, 행동적 접근에서는 규범적 행동주의, 시민으

로서의 행동, 환경정책에 대한 지지가 중요하게 취급되며, 구조적 접근은 문화적 배경, 가족이나 종교적 상황, 사회계층, 거주상황, 정부정책 등에 의해 설명될 수 있다고 밝혀 환경보전행동을 포괄적으로 이해할 수 있는 가이드라인을 제공한 바 있다.

Aberg, Dahlman, Shanahan, Saljo(1996)는 가계를 생태적 단위로 간주하고 환경과 가계 간의 끊임없는 피드백 과정이 중요하다고 주장하면서 환경보전행동은 개인과 가계와 사회적 환경문제 간의 복잡한 상호관계를 통해 결정된다고 강조하였다. 이들은 구체적으로, 비합리적 영향요인(예: 생활습관), 자원(예: 돈, 기술, 지식, 기억), 합리적 영향요인(예: 태도, 기대효과 및 비용, self-efficacy)이 환경보전행동에 영향을 미친다고 하였다. Vining, Ebreo(1990)는 재활용을 실천하는 소비자와 실천하지 않는 소비자들의 차이를 비교한 결과 재활용에 대한 지식, 재활용의 중요성에 대한 인식, 이웃이나 사회에 대한 관심, 지역사회로부터의 지지 등에서 차이가 있음을 밝혔다.

Schwartz(1968, 1970, 1973)의 이타주의 모델은 사회적 규범과 개인적 규범이 재활용행동을 결정하는 것으로 설정되어 있는데 이 과정에 결과에 대한 소비자의 경각심과 책임에 대한 귀속이 중요한 영향을 미치는 것으로 설명하고 있다. Thogersen(1996)은 재활용을 설명함에 있어 재활용 의지 및 행동은 재활용과 관련한 비용과 이익의 계산에 의한 것이 아니고, 어떤 것이 옳은가 그른가에 대한 판단, 즉 도덕성이 가장 중요하다고 주장하였다. 이 같은 맥락에서 그는 환경보전행동에 대한 이론적 접근을 비교·평가하면서 기대효용 모델이나 합리적 행동모델은 적절치 않으며, Schwartz의 이타주의 모델이 적절하다고 판단하였다. Hopper, Nielsen(1991)도 재활용행동을 이타주의 개념에 의해 설명되어야 한다고 주장하였다.

주소현(1994)은 환경문제를 생태학적 관점, 정치·경제학적 관점, 경제학적 관점으로 구분한 바 있다. 생태학적 관점은 환경문제를 생태계와의 조화를 통해 지속가능한 체계를 모색해야 한다는 것, 정치·경제학적 관점은 자본주의적 생산구조와 기업에 의해 강제된 소비생활구조의 모순이 악화되어 환경문제가 발생한다는 시각이며, 경제학적 관점은 환경자원의 효율적이지 못한 배분과 시장실패에 의해 환경오염이 발생한다는 것이다.

지금까지 환경보전행동을 설명하는 다양한 논리를 살펴봐왔는데, 환경보전행동을 설명하기 위해서는 환경보전행동의 동기나 장애요인에 대한 파악이 우선되어야 한다. 환경보전행동의 동기나 장애요인에 대한 조사·분석은 환경보전행동에 영향을 미치는 요인을 파악하는데 그리고 친환경소비자와 그렇지 않은 소비자를 설명하는데 중요하다. Dahab, Gentry, Su(1995)는 소비자들의 경우 재

활용행동을 취하는 경우도 있고 취하지 않는 경우도 있는데 이를 설명하기 위해서는 재활용행동과 관련한 의사결정과정을 관찰해야 하고, 환경보전행동의 동기나 장애요인을 중심으로 재활용행동에 영향을 미치는 요인을 파악하여야 한다고 주장하였다. 다시 말해, 환경보전행동을 취하는 동기, 역으로 환경보전행동의 장애요인에 대해 살펴보는 것은 소비자들의 환경보전행동을 이해하는데 그리고 환경정책을 수립·수행하는데 매우 중요하다.

한편, 환경보전행동은 구매, 사용, 처분 등 소비생활 단계에 따라 동기, 방법, 실천의 정도가 다르게 나타날 것으로 판단된다. 다시 말해, 환경보전행동을 설명하는 모델을 설정함에 있어 구매의사결정 단계별 환경보전행동의 특성을 이해하여야 한다. 예를 들면, 먼저, 구매 단계에서의 환경보전행동은 보통 중고제품, 재생제품, 환경제품 등의 구매행동으로 파악할 수 있다. 그런데, 보통 환경제품은 일반적으로 환경제품이 아닌 것에 비해 본질적 기능이 떨어지는 경향이 있으며, 가격이 비싼 경우가 많다(이장훈, 1996; 이병욱, 1997; 이득연, 2000). 예를 들면, 천연세제는 합성세제에 비해 세척력이 떨어지며, 환경제품의 경우 값이 비싼 경우가 보통이므로 결국, 환경제품 구매에 있어서 가장 큰 장애요인은 비싼 가격이 문제라고 할 수 있다. 따라서 적절한 가격과 품질의 환경제품을 생산하기 위한 기술개발은 시급한 과제로 인식되고 있다. 이 같은 상황에서 정부는 최소 비용으로 이익을 최대화하려는 경제적 이익보다는 다소 비싸더라도 사회공익을 강조하는 전략을 구사하고 있다(민현선, 이기춘, 1999). 소비자들의 환경제품 구매행동은 사회 환경, 문화적 기준, 정부 정책에 의해 영향 받기 때문이다. 결국, 구매 단계의 환경보전행동은 가격이나 품질을 중요시하는 지 등 경제적 측면을 강조하는 합리적 소비성향에 의해 영향 받을 수 있으며, 또한 경제적 이익보다는 사회적 차원의 환경정책에 의해서도 영향 받을 수 있음을 알 수 있다. 다시 말해, 구매단계의 환경보전행동을 설명하는 모델은 경제적 측면을 강조하는 접근과 사회적 행동을 강조하는 접근을 응용할 수 있다고 하겠다.

한편, 환경보전을 위한 사용 및 처리 단계에서는 소비자들의 불편함, 경제적 동기 부족, 환경보전 행동에 대한 인식 부족, 실질적인 정보 부족 등의 문제로 인해 환경보전행동이 적극적으로 이행되지 않는 경향이 있다. 많은 선행연구에서 소비자들이 환경친화적 행동을 취하지 않는 이유로서 귀찮음, 불편함, 시간이 아까움 등과 금전보상이 없음, 금전적 비용 등이 주요 원인으로 제기되고 있다(Kline, 1988; De Young, 1990; Guagnano, 1995). 민현선, 이기춘(1999)은 환경친화적 행동을 방해하는 요인은 공공이익에 대한 인식, 즉 사회의식이 부족하기 때문

이라고 주장하였다. 이들은 '나 혼자 애써봐야 더 나아져 나에게 돌아오는 것도 아닌데' 하는 생각 때문이라고 밝히면서, 소비자들의 개인 지향적 행동과 사회 지향적 행동 간의 괴리에 의해 환경친화적 행동이 이행되지 않는다고 주장하면서, 이 같은 이유에서, 정부 개입이 불가피하다고 덧붙였다. 게다가, 이들은 정부의 환경정책이 물질 지향적 소비행동, 소비성향에 따라 정책 주안점이 달라야 하며, 환경문제의 경우 자발적 동기를 갖지 못하고 무임승차하려는 경향이 강하게 나타나므로 개인의 자발적 측면보다 강력한 홍보 및 규제 그리고 환경친화적 행동이 용이하도록 하는 제반 여건 마련이 중요하다고 지적하였다. 이들의 주장을 통해서 환경친화적 행동을 이해함에 있어 물질에 대한 의식이나 가치, 사회 지향적 행동, 정부 및 사회정책에 대한 소비자의 태도가 중요함을 알 수 있다. 결국, 사용 및 처분단계의 환경보전행동을 설명하기 위한 모델에 공공이익이나 사회적 행동 측면과 개인적 가치가 반영되어야 함을 알 수 있다.

지금까지 환경보전행동과 관련한 다양한 모델이나 논리적 접근에 대해 살펴보았는데, 여러 학자들에 의해 다양한 모델이 설정되어 왔으나 통일된 이론이나 모델은 정립되지 않은 것으로 판단된다. 환경보전행동을 설명함에 있어 국내 가정학이나 소비자학 분야에서는 환경에 대한 태도, 환경보전교육을 받았는지의 여부 등에 초점을 두어 온 경향이 있다. 환경보전행동을 구매의사결정 단계별로 구분하여 살펴볼 경우, 구매에 초점을 두는 경우 소비자의 합리적 성향이나 소비행동 또는 생활양식을 강조하는 논의가 많았다(예:최남숙, 2001; 이기춘 외, 1996; Alen, Soskin, 1993), 처분 환경보전행동의 경우 개인적 가치, 사회적 영향력, 공중질서 및 환경정책에 대한 태도 등이 강조되는 경향이 많았다(예:Oskamp et al, 1991; Bryce et al, 1997).

한편, 많은 선행연구에서 환경보전행동을 설명함에 있어 여러 모델 중 하나 만의 모델을 도입하여 그 영향력을 검증해 온 경향이 있다. 환경보전행동을 설명하는 여러 모델을 한 연구에서 동시에 도입하여 그 영향력을 검증해 볼 필요가 있다.

선행연구들의 모델을 정리·종합하면 대체로 경제적 동기나 합리적 성향을 중시하는 합리적 행동 접근, 사회의 시민으로서의 규범 및 실천, 사회적 강제 등을 강조하는 사회 행동적 접근, 그리고 개인의 가치나 태도를 중시하는 개인적 가치 접근이라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이 세 모델을 도입하고 그 영향력을 검증하고자 한다.

3. 선행연구 고찰

환경과 관련한 초기 우리나라 연구는 1980년대 중반 이후 활발하게 수행되어 왔는데, 연구 주제는 주로 소비자의 사회·인구학적 특성이나 경제적 변수를 중심으로 환경소비자를 규명하거나 환경보전행동에 영향을 미치는 변수를 규명하는데 초점을 두어 왔다. 그 후 환경 친화적 의식이나 태도, 환경보전행동을 설명하는 사회·인구학적 변수 이외의 설명요인을 찾고자 하는 연구, 환경에 대한 태도와 행동 간의 관계 분석 연구, 환경 친화적 구매행동 등으로 연구영역이 확장되어 왔다. 환경과 관련한 최근의 연구를 주제별로 구분하여 살펴보면, 환경의식 및 환경보전행동 관련 연구(최남숙, 1994; 곽인숙 외, 1998; 민현선, 이기춘, 1999), 자원 재활용 관련 연구(이은희, 박상미, 2000; 최남숙, 2001), 환경보전행동이나 환경 소비자행동(박운아, 이기춘, 1995; 서정희, 1997; 김영재, 김정숙, 1999; 이두희, 박미석, 윤희숙, 2001), 환경 친화적 소비자태도와 행동 간의 관계 연구(민현선, 이기춘, 1999), 환경상품 구매행동(이기춘, 여정성, 민현선, 양희, 1996; 김혜선, 1997; 전윤숙, 이희숙, 1998; 김은지, 유두련, 2000), 기업의 환경보전행동 연구(최남숙, 1997) 등으로 구분할 수 있다.

우리나라 소비자들의 환경보전행동 현황에 대한 연구·조사를 간단하게 살펴보자. 먼저, 민현선, 이기춘(1996)은 우리나라 소비자들의 환경보전행동 수준을 조사한 바, 중간이상 수준이나, 구매 관련 환경 친화적 행동수준은 매우 낮다고 주장한 바 있다. 유두련, 심미영, 정경옥(1996)의 연구에서도 우리나라 정부의 재활용, 분리수거, 소비절제 등에서의 환경보전행동은 높은 수준이나 환경보호 상품으로의 구매변화행동 수준은 낮다고 주장한 바 있다. 이들의 연구를 통해 소비자들의 사용 및 처분에서의 환경보전행동과 환경 친화적 구매행동 간에는 차이가 있음을 알 수 있다.

선행연구들은 종합해보면, 첫째, 환경보전행동의 처분 또는 구매 측면 중 하나에 초점을 두고 조사·분석한 경우가 많다. 따라서 구매, 사용, 처분의 소비생활 전 단계를 반영하는 체계적인 연구가 필요하다. 둘째, 환경보전행동에 영향을 미치는 변수를 조사한 선행연구들이 대부분 사회·인구학적 변수, 환경보전 태도 등에 초점을 둔 반면, 환경보전행동에 실질적인 영향을 미칠 수 있는 다른 변수들을 조사하는 연구는 많이 진행되어 오지 않았다. 사회·인구학적 변수 이외에 변수가 환경보전 행동에 미치는 영향력을 조사한 선행연구를 살펴보면, 이병찬(197)은 소비자의 생태적 관심이 환경제품 구매의사결정에 미치는 영향력을 조사하였고, 최남숙(2001)의 연구에서는 절약형 등 생활양식의 중요성이 제기되기는 하였으

나, 많은 선행연구들이 주로 사회·인구학적 변수만을 환경보전행동을 설명하는 변수로 사용해 온 이유는 환경보전행동에 대한 이론적 근거 없이 일반적인 변수들의 영향력을 파악하는데 주력하고 있기 때문이라고 판단된다. 셋째, 환경 관련 선행연구는 양적으로 매우 확장되어 왔으나, 연구주제가 제한적이며, 이론인 방법론적 발전이 미흡하다고 할 수 있다.

따라서, 최근 자료, 전국 규모의 대표성 있는 자료를 가지고 소비자들의 환경보전행동 수준을 파악하고 이에 영향을 미치는 실질적인 요인을 파악할 필요가 있다. 특히, 소비자들의 환경보전행동을 설명할 수 있는 이론적 접근이 응용되어 환경보전행동을 설명하는 새로운 변수의 영향력을 조사할 필요가 있다.

다른 나라에서도 환경보전행동에 대한 연구는 매우 많이 진행되어 왔다. 최근의 연구를 간단하게 살펴보면, 먼저, 자원재활용행동에 대한 Oskamp, Harrington, Edwards, Sherwood, Okuda, Swanson(1991)의 연구에 따르면, 미국 소비자들의 40%가 재활용을 하고 있는 것으로 나타났는데, 미국에서 적극적으로 재활용을 하지 않은 이유는 환경에 대한 지식이나 기술 부족, 개인의 노력 부족, 보상이 적음, 사회적 지원 부족 등으로 지적되었다. Alen & Soskin(1993)은 재활용행동을 유도하는 경제적 촉진인 쿠폰 제도를 도입한 결과, 재활용행동이 변화하지 않는 것으로 나타나, 쿠폰 등 경제적 동기 유발이 효과가 없으므로 정부가 소비자들에게 재활용 의무를 부과해야 한다고 주장하였다. 소비자의 환경 친화적 행동을 유도하기 위한 정책 연구로써, Bryce, Day, Olney(1997)는 뉴질랜드의 소비자들을 대상으로 소비자의 재활용행동을 촉진시킬 수 있는 방법을 조사하였는데, 재활용에 대한 소비자의 사전 약속이나 언어적 대화는 소비자의 재활용행동을 촉진시키지 못하며, 환경소비자교육이나 지속적인 설득과 경제적 제재(버린 만큼 돈을 내는)등의 복합적인 강력한 수단만이 재활용 행동을 적극적으로 유도시킬 수 있다고 주장하였다. Thogersen(2000)은 동독, 서독, 영국, 이탈리아, 아일랜드 5개 유럽 국가를 대상으로 환경친화성에 대한 표시제품에 대한 구매행동에 대해 조사한 결과 환경친화성 제품임을 표시하는 방법은 환경 정책의 중요한 수단임에는 틀림없으나, 실제 구매현장에서 대부분의 소비자들이 이들 제품에 대한 관심과 집중을 보이지 않고 있다고 주장하면서, 환경제품에 대한 근접성, 환경제품에 대한 소비자들의 이해 및 관심이 가장 시급함을 강조하였다. Berger(1997)는 전국 규모의 캐나다 자료를 사용하여 환경행동의 구조와 재활용행동에 영향을 미치는 요인을 조사하였다. 그는 자원재활용행동 수준은 거주지역의 크기, 거주형태(아파트, 자가, 소유/임대 등), 교

육, 소득에 의해 영향 받는다는 연구결과를 제시하면서, 환경보전행동의 가장 일반적인 유형인 자원재활용행동이 적극적인 경우 다른 유형의 환경보전행동, 예를 들면, 장바구니 사용하기, 물질 절약, 에너지 절약, 농약 사용 감소행동 등에도 적극적임을 밝혔다.

III. 연구방법

1. 자료수집 및 조사대상자 특성

본 연구에서는 한국소비자보호원에서 2002년, 2월, 1달 간 실시한 「소비문화에 관한 국민의식조사」 자료를 사용하였다. 이 자료는 전국 43개 지역을 조사대상으로 하고 있는 전국 규모의 설문조사로써 다단계 비례층화 방식을 사용하여 표본을 추출하였다. 최종 조사대상자는 20세 이상 남녀 총 2,002 명이다. 이 자료의 조사내용은 환경에 대한 태도 및 인식, 사용 및 처분 관련 환경보전행동, 환경제품 구매, 생활환경 전반에 대한 질문으로 구성되어 있다.

2. 연구모델

본 연구에서는 환경보전행동을 설명하는 모델 세 가지를 도입한다. 지금까지 소비자학 분야, 환경행동 관련 분야에서 전개되어 온 여러 모델 중 가장 보편적으로 많이 사용되어 온 모델이라고 판단되는 합리적 행동 접근, 사회 행동적 접근, 개인적 가치 접근의 영향력을 검증하고자 한다. 본 연구에서 환경보전행동을 구매, 사용, 처분을 포괄하는 전체적인 시각에서 접근하고자 하므로, 구매의 경우 합리적 소비성향이나 행동에 대한 이론을 도입하여 그 영향력을 파악해 볼 필요가 있다. 또한, 사용과 처분 관련 환경보전행동은 규범이나 가치 그리고 사회적 영향력에 대해 검증해 볼 필요가 있다고 사료된다. 따라서 본 연구에서는 환경보전행동을 설명하는 모델로서 합리적 행동 접근, 사회 행동적 접근, 그리고 개인적 가치 접근을 도입하여 이들 모델의 영향력을 검증하고자 한다. 이때, 이들 세 모델을 대표할 수 있는 변수로써 합리적 행동접근은 합리적 소비성향의 정도로 측정하고, 사회 행동적 접근은 질서행동과 환경정책에 의해 그 영향력을 파악할 수 있다고 간주하여 공중질서 실천정도과 환경정책에 대한 지지도 변수를 사용하였다. 한편, 환경보전행동은 개인의 가치나 태도가 중요하다고 판단하여 개인 가

치 접근의 영향력을 파악하고자 하였는데, 물질에 대한 가치와 가정에 대한 가치 변수로 측정하였다.

3. 연구문제

본 연구에서는 첫째, 우리나라 소비자의 환경보전행동을 구매, 사용, 처분 단계로 구분하여 그 수준을 파악하고 환경보전행동이 사회·인구학적 특성에 따라 어떤 차이가 있는가를 조사한다. 둘째, 환경보전행동에 영향을 미칠 것으로 사료되는 합리적 소비 성향, 공중질서실천, 환경정책지지, 물질가치 인식, 가정가치 인식 변수가 사회·인구학적 변수에 따라 어떤 차이가 있는가를 조사한다. 끝으로, 소비생활 단계별 환경보전행동에 영향을 미치는 변수를 조사한다. 이때, 환경보전행동에 영향력을 미칠 것으로 사료되는 독립변수는 환경보전행동을 설명하는 대표적 모델을 응용하여 변수를 선정하였다. 합리적 행동 접근의 영향력을 파악하기 위해 합리적 소비성향 변수를 선정하였으며, 사회 행동적 접근의 경우 공중질서 실천과 환경정책 지지도변수를, 개인 가치 접근법의 경우 물질가치 인식과 가정가치 인식 변수를 사용하였다.

4. 조사도구 및 척도의 구성

본 연구에서 사용한 사회·인구학적 변수는 성별, 결혼여부, 취업여부, 직업, 연령, 학력, 소득 등이다. 조사대상 소비자의 환경보전행동은 소비생활 단계별로 구분하여 측정하였는데, 구매 단계는 재생제품구매와 중고제품 구매여부로 측정하였다. 재생제품구매 변수는 제품을 구입할 때 재생제품을 구입하고 계십니까? 에 대한 질문에 5점 리커트(매우 적극적으로, 적극적으로, ... 구매하지 않는다)척도로 측정하였다. 중고제품 구매여부의 경우 최근 1년 내에 중고 물품을 구입해 본 경험이 있는지의 여부를 이분변수 형태로 측정하였다.

사용 단계의 환경보전행동은 3개 문항에 대한 5점 리커트 척도(cronbach $\alpha=0.56$)로 측정하였는데 i) 세탁할 때는 합성세제의 사용량을 줄인다, ii) 시장에 물건 사러 갈 때 장바구니를 이용한다, iii) 1회용 제품은 사용하지 않는다 의 질문에 대한 실천의 정도로 측정하였다. 처분 단계의 환경보전행동은 3개 문항, i) 쓰고 난 식용유는 종이에 닦아 쓰레기통에 버린다, ii) 야외에서 놀고 난 뒤 쓰레기는 되 가져 온다, iii) 폐건전지나 폐형광등은 분리 배출 한다에 대한 실천정도를 5점 리커트 척도(cronbach $\alpha=0.64$)로 측정하였다.

한편, 소비자의 환경보전행동에 대한 영향을 미칠 것으로 사료되는 변수로서, 합리적 소비성향 변수는 5개 문항, 5점 리커트 척도(cronbach $\alpha=0.63$)로 측정하였는데, i) 제품 구입 전에 제품정보를 미리 알아본다, ii) 쇼핑을 가기 전에 쇼핑목록을 미리 작성한다, iii) TV나 냉장고는 큰 것을 사는 게 좋다, iv) 비싸더라도 이왕이면 유명상표 물건이 좋다, v) 소비생활수준은 곧 그 사람의 지위나 품위이다에 대한 동의 정도로 측정하였다.

공중질서 실천 정도는 담배꽂초 아무데나 버리지 않기, 공공 시설물 깨끗하게 사용하기, 쓰레기 무단 투기하지 않기, 3개 문항에 대한 실천의 정도를 4점 척도(매우 잘 지킨다:4, 어느 정도 잘 지킨다:3, 전혀 지키지 않는다)로 측정하였다(cronbach $\alpha=0.76$). 한편, 환경정책에 대한 지지도는 5개 질문에 대한 지지의 정도를 4점 척도(cronbach $\alpha=0.73$)로 측정하였다. 5개 문항은 i) 경제발전보다 환경이 우선이다, ii) 문화적 혜택이 적어도 쾌적한 환경이 우선이다, iii) 환경문제 개선은 장기적으로 경제발전에 기여한다, iv) 환경문제 해결을 위해서는 고등분담이 필요하다, v) 환경오염행위는 중대범죄를 취급해야 한다 이다. 한편, 환경보전행동에 영향을 미칠 것으로 사료되어 본 연구에서 사용된 또 다른 변수로써, 물질 가치 인식 변수는 3개 문항, i) 인생에서 돈이 가장 중요하다, ii) 스스로 번 돈은 마음대로 쓸 권리가 있다, iii) 일하는 목적은 돈을 벌기 위해서이다 에 대한 동의 정도를 5점 리커트 척도(cronbach $\alpha=0.59$)로 측정하였다. 가정 가치 인식 변수는 2개 문항, i) 직장보다 가정이 우선이다, ii) 여가나 취미활동은 가족과 같이 해야 한다는 질문에 대한 동의 정도를 5점 척도로 측정하였다.

본 연구에서 사용한 자료를 가지고 조사대상자들의 일반적 특성을 파악한 기초통계분석 결과는 <표1>에 제시한 바와 같다. 조사대상자는 여성, 남성 각각 50%이며, 조사 대상자의 74%가 기혼자, 45%는 취업자, 14%는 전문직 종사자, 69%는 단독주택 거주자로 구성되어 있다. 조사대상자의 학력을 조사한 결과 약 45%는 고졸이하, 50%는 대졸인 것으로 나타났고, 소득수준의 경우 월 평균 200만원이하가 약 60%, 나머지 약 40%가 200만원이상의 높은 소득을 가지고 있었다.

조사대상자들의 합리적 소비성향을 5개 문항, 5점 리커트 척도로 조사한 바 조사대상의 2/3이상이 합리적인 소비성향(평균 4점 이상, 총점 16점 이상)을 가지고 있는 것으로 나타났다. 공중질서를 잘 지키는 지에 대한 조사에서는 약 19%만이 적극 실천하고 있었고, 2/3 정도가 중간 정도의 실천을 보이고 있었다. 환경정책에 대한 지지도의 경우 약 80%가 넘는 조사 대상자가 적극 지지

또는 지지하고 있는 것으로 나타나 환경정책에 대한 소비자들의 지지 수준이 높음을 쉽게 알 수 있다. 물질 지향적 인식의 경우 절반이상은 보통 수준이고 물질 지향적 성향이 높은 경우는 거의 없는 것으로 나타났다. 한편, 가정 가치에 대한 인식의 경우 조사대상자의 2/3는 보통 수준이었고, 24%는 적극적으로 가정 지향적인 것으로 나타나, 대체로 가정 지향적 인식 수준이 높음을 알 수 있다.

5. 자료분석 방법

본 연구의 자료는 SPSS Window(Version 11.0) 프로그램을 이용하여 분석하였다. 조사대상자의 사회·인구학적 특성, 구매 단계별 환경보전행동, 합리적 소비성향, 공중질서 실천, 환경정책 지지도, 물질 가치 및 가정 가치에 대한 특성을 파악하기 위해 기술통계분석(descriptive statistics)을 수행하였다. 한편, 사회·인구학적 특성에 따라 구매 단계별 환경보전행동 그리고 합리적 소비성향, 공중질서 실천, 환경정책에 대한 지지, 물질가치 및 가정 가치 인식에 차이가 있는가를 검증하기 위해 t검증, 분산분석(ANOVA)을 수행하였다. 끝으로, 소비생활 단계별 환경보전행동에 영향을 미치는 변수를 조사하기 위해 회귀분석(Multiple Regression)을 수행하였다. 단, 이분변수로 측정된 중고제품구매여부에 영향을 미치는 변수를 파악하기 위해서는 로지스틱 분석을 사용하였다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 환경보전행동

조사대상자의 환경보전행동에 대한 조사결과는 <표 1>에 제시한 바와 같이, 구매단계의 경우 재생제품구매 정도와 중고제품구매 여부로 측정하였다. 먼저, 재생제품 구매의 경우 평균 3.05로써 대부분의 응답자가 보통수준이라고 답하고 있음을 알 수 있다. 다만, 적극적으로 구매한다고 볼 수 있는 응답자의 비중이 전체의 38%로써, 구매를 전혀 안하거나 거의 하지 않는다는 응답자의 비율인 21%보다는 높은 수준임을 알 수 있다. 한편, 중고제품구매여부의 경우 조사대상자의 70%가 구매 경험이 없는 것으로 나타나, 중고제품구매는 거의 하지 않고 있음을 알 수 있다. 결국, 구매 단계에서의 환경보전행동수준은 그리 높다고 보기 어렵다고 하겠다. 특히, 중고제품

<표 1> 조사대상자들의 일반적 특성 및 환경 보전행동

(N=2002)

변수	구분	빈도(%)	변수	구분	빈도(%)
성별	남자	1001(50.0)	결혼여부	미혼	521(26.1)
	여자	1001(50.0)		기혼	1473(73.9)
취업여부	비취업	810(41.0)	전문직	비전문직	1693(85.0)
	취업	657(33.0)		전문직	285(15.0)
학력	중졸이하	125(7.0)	연령	20-29세	572(29.0)
	고졸	773(39.0)		30-39세	614(31.0)
	대졸	983(50.0)		40-49세	502(25.0)
	대학원졸	98(5.0)		50세 이상	314(16.0)
소득	100만원미만	301(15.0)	합리적 소비 성향 (5개/5점척도) (M= 13.67)	매우 비합리 (5-10)	29(2.0)
	101-200만원	868(44.0)		비합리 (11-15)	533(27.0)
	201-300만원	519(26.0)		합리 (16-20)	1097(55.0)
	300만원이상	289(15.0)		매우 합리 (21-25)	315(16.0)
공중질서 (3개/4점척도) (M= 8.39)	적극 실천 (6이하)	360(18.0)	환경정책지지 (5개/4점척도) (M= 9.00)	거의 지지안함 (1-5)	11(1.0)
	중간 (7-9)	1370(69.0)		지지 안함 (6-10)	378(19.0)
	소극 실천 (10-12)	267(14.0)		지지 함 (11-15)	1447(73.0)
물질가치지향 (3개/5점척도) (M= 9.90)	소극물질지향 (3-5)	783(40.0)		가정가치지향 (2개/5점척도) (M= 7.47)	적극 지지 (16-20)
	보통물질지향 (6-10)	1169(59.0)	소극가정지향 (2-5)		182(9.0)
	적극물질지향 (11-15)	28(2.0)	보통가정지향 (6-8)		1326(67.0)
재생제품구매 (M= 3.05)	구매 안 함 (1-2)	419(21.0)	중고제품구매 (M= .29)		적극가정지향 (9-10)
	보통 (3)	816(41.0)		비구매	1409(71.0)
	적극구매 (4-5)	759(38.0)		구매	589(30.0)
사용단계 환경보전행동 (3개/5점척도) (M= 8.76)	소극실천 (3-5)	462(23.0)		처분단계 사용보전행동 (3개/5점척도) (M= 7.15)	소극 실천 (3-5)
	보통 (6-10)	1363(68.0)	보통 (6-10)		1128(57.0)
	적극실천 (11-15)	159(8.0)	적극 실천 (11-15)		614(31.0)

참조: 결측치로 인하여 비율의 합이 100%가 아닐 수 있음.

의 경우 거의 고려하지 않고 있음을 알 수 있다.

사용 단계의 환경보전행동을 조사한 결과 총 15점 만점에 평균 8.7로 나타나 중간 점수보다는 높은 수준임을 알 수 있다. 대체로, 조사대상자의 2/3 정도가 사용 환경보전행동수준이 보통수준이었고, 적극적으로 실천하는 조사대상자는 8%인 것으로 나타났다. 끝으로, 처분단계의 실천행동은 총 15점 만점에 7.15로 중간 수준도 되지 못함을 알 수 있다. 조사대상자의 56%가 보통 수준의 처분 환경보전행동을 보이고 있었고, 31%만이 적극 실천하는 것으로 나타났다. 그런데, 여기서 평균값의 비교 결과, 우리나라 소비자들의 사용단계의 실천행동 수준은 처분단계의 실천행동보다 높은 수준임을 알 수 있다. 다시 말해, 합성세제 사용 줄이기, 장바구니 사용, 1회용 제품 사용하지 않기 등에 대한 우리나라 소비자들의 실천행동 수준이 식용유 종이로 닦기, 야외 쓰레기 집에 되가져오기, 폐건전지 및 폐형광등 분리의 처분 실천행동 수준보다는 적극적으로 실천되고 있음을 알 수 있다. 결국, 재활용 분리 등의 환경정책이 일찍부터 그리고 적극적으로 시행되고 있으나 여전히 그 실천수준에 대한 평가 및 개선이

필요함을 알 수 있다. 특히, 우리나라 소비자들이 쓰고 난 식용유의 경우 종이에 먼저 닦아 내기, 야외 쓰레기 가져오기, 건전지 등의 분리수거 등에 대한 실천 교육이나 프로그램 개발이 강화되어야 함을 알 수 있다.

2. 사회·인구학적 변수에 따른 환경보전행동의 차이

사회·인구학적 특성에 따라 구매, 사용, 처분 단계의 환경보전행동이 차이가 있는가를 검증하기 위해 카이검증과 t 검증 그리고 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 분석결과는 <표 2>에 제시한 바와 같다. 먼저, 재생제품구매의 경우 결혼여부, 연령, 소득에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 기혼 소비자가 미혼보다 재생제품을 적극적으로 구매하고 있었고, 연령의 경우 20대가 재생제품을 가장 소극적으로 구매한 반면, 40대가 가장 적극적으로 재생제품을 구매하고 있는 것으로 밝혀졌다. 소득수준이 가장 높은 300만원 이상 집단이 다른 소득수준 집단보다 재생제품을 적극적으로 구매하지 않는 것으로 나타났다.

결국, 재생제품에 대한 구매가 소극적인 집단만을 대상으로 하는 차별화된 그리고 강화된 구매 환경교육이나 각종 프로그램 개발이 필요함을 알 수 있다.

한편, 중고제품구매여부는 성별, 기혼, 연령에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 여성과 기혼이 남성이나 미혼보다 중고제품을 구매하지 않는 비중이 높으며, 50대 그리고 40대가 중고제품을 구매하지 않는 비중이 높음을 알 수 있다. 중고제품구매 자체가 자원낭비를 줄이고 재활용 차원에서 중요하다고 볼 때, 여성, 기혼, 그리고 중년층 소비자를 대상으로 하는 중고제품에 대한 인식개선, 중고제품 구매의 중요성 고취에 대한 교육 강화가 필요하다고 하겠다.

사용 단계에서의 환경보전행동은 모든 변수에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 남성, 미혼, 취업자가 사용 단계의 환경보전행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 학력의

경우 중졸자와 대학원졸업자가 가장 낮은 실천수준을 보였고, 대체로 연령이 낮은 집단과 소득수준이 낮은 집단이 사용단계의 환경보전행동실천에 적극적인 것으로 나타났다. 처분단계의 환경보전행동은 남성이 여성보다, 미혼자가 기혼자보다 적극적으로 실천하고 있었으며, 대체로 연령이 낮은 집단이, 그리고 소득수준이 낮은 집단이 처분 관련 환경보전행동을 적극적으로 실천하는 것으로 드러났다. 이 결과를 통해, 여성, 기혼, 비취업자의 사용 관련 환경보전행동 수준이 낮음을 인지하여 이들을 대상으로 하는 다양한 교육 및 홍보가 필요하다. 보통, 기혼, 여성, 그리고 비취업자의 경우 시간계약에서 상대적으로 자유롭고 환경보전행동을 실천해야 하는 일상생활에 가까운 집단임에도 불구하고 이들의 실천행동 수준이 미혼, 남성, 취업자보다 낮은 것으로 나타난 본 연구결과에 관심을 갖아야 할 필요가 있다. 그 동안의 환경보전 관련

<표 2> 사회·인구학적 변수에 따른 환경보전행동의 차이 (평균값)

변수	구분(빈도)	구매 단계			사용단계		처분단계		
		재생제품구매	중고 비구매	중고 구매	환경보전행동		환경보전행동		
성별	남성 (n=996)	3.01	643(64%)	356(36%)	8.96		7.53		
	여성 (n=998)	3.10	766(77%)	233(23%)	8.56		6.77		
	t 값 / x ² 값	-1.79	36.42	***	3.76***		6.19***		
기혼	미혼 (n=519)	2.78	351(68%)	168(32%)	9.49		8.15		
	기혼 (n=1467)	3.15	1051(71%)	420(29%)	8.50		6.81		
	t 값 / x ² 값	-6.92***	2.68	*	8.21***		9.82***		
취업	비취업 (n=807)	3.16	589(73%)	220(27%)	8.31		6.72		
	취업 (n=653)	3.16	472(72%)	183(28%)	8.76		6.95		
	t 값 / x ² 값	.03	.101		-3.63***		-1.66		
학력	중졸 (n=123)	3.05	a	90(72%)	35(28%)	8.16	a	7.30	b
	고졸 (n=770)	3.05	a	550(71%)	220(29%)	8.81	b	7.05	ab
	대졸 (n=981)	3.04	a	681(69%)	301(31%)	8.84	b	7.26	b
	대학원 (n=98)	3.20	a	68(69%)	30(31%)	8.28	a	6.57	a
	F 값 / x ² 값	.72		1.10		4.47**		2.45	
연령	20-29세 (n=570)	2.80	a	397(70%)	172(30%)	9.57	c	8.09	c
	30-39세 (n=610)	3.06	b	413(67%)	200(33%)	8.85	b	7.01	b
	40-49세 (n=501)	3.29	c	361(72%)	141(28%)	8.21	a	6.58	a
	50세+ (n=313)	3.13	b	238(76%)	76(24%)	7.98	a	6.67	ab
	F 값 / x ² 값	20.90***		7.74	*	45.25***		34.43***	
소득	100만원 (n=297)	3.12	b	199(66%)	101(34%)	9.21	c	7.84	c
	101-200 (n=867)	3.10	b	606(70%)	260(30%)	8.77	b	7.22	b
	201-300 (n=518)	3.07	b	370(71%)	148(29%)	8.68	b	6.98	b
	300만원+ (n=287)	2.86	a	216(75%)	73(25%)	8.32	a	6.50	a
	F 값 / x ² 값	4.35**		5.33		7.08***		12.45***	

* P < .05, ** P < .01, *** P < .001

참고: 다른 문자로 표시된 그룹 간에는 통계적(Duncan 검증)으로 유의한 차이가 있음.

교육이나 홍보의 성과나 효과 면에서 심각한 반성이나 개선이 필요하다고 하겠다.

3. 사회·인구학적 변수에 따른 환경보전행동 연관 변수 특성의 차이

합리적 소비성향, 공중질서실천, 환경정책지지, 물질가치 및 가정가치인식 등 환경보전행동과 연관 있을 것으로 사료되는 특성들이 사회·인구학적 변수에 따라 차이가 있는가를 검증하였는데, 그 결과는 <표 3>에 제시한 바와 같다. 먼저 성별에 따른 차이검증 결과 공중질서 실천에서만 차이가 있는 것으로 나타났다. 여성이 남성보다 공중질서 실천 수준이 높은 것으로 나타났다. 그러나 합리적 소비성향, 환경정책 지지, 사회가치 및 가정가치 성향에서 남녀 간에 차이가 없는 것으로 나타났다. 반면,

결혼여부는 모든 특성에서 차이가 있는 것으로 밝혀졌다. 미혼 소비자가 기혼보다 합리적 소비성향 수준이 낮은 것으로 나타났으나, 공중질서, 환경정책 지지, 물질가치 인식 수준은 높은 것으로 나타났다. 그러나 가정가치 성향은 낮은 것으로 조사되었다. 한편, 취업여부는 환경정책 지지와 가정가치 인식에서 차이가 있는 것으로 나타났는데 비취업자의 환경정책지지 수준이 취업자보다 높으나 가정가치 의식 수준은 낮은 것으로 나타났다. 학력의 차이를 검증한 결과 환경정책 지지도와 물질가치 인식에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 학력이 낮을수록 환경정책 지지도와 물질가치 인식 수준이 낮은 것으로 드러났다. 연령에 따라 모든 특성은 차이가 있는 것으로 조사되었다. 50대의 합리적 소비성향이 가장 높으며, 물질가치 인식수준은 가장 낮은 것으로 나타났다. 한편, 20대가 나머지 연령대보다 공중질서 실천, 환경정책지지, 물질가치 인식 수준이 높은 것으로 나타났다. 그러나 20대의 경

<표 3> 사회·인구학적 변수에 따른 환경 및 관련 특성의 차이 (평균값)

특성	구분(빈도)	합리적 소비성향		공중질서		환경정책 지지		물질가치 지향		가정가치 지향	
성별	남성 (n=985)	13.67		8.33		8.99		9.92		7.47	
	여성 (n=989)	13.67		8.45		9.01		9.88		7.47	
	t 값	.01		-1.68*		-.25		.49		-.06	
결혼	미혼 (n=514)	13.55		8.73		9.27		10.13		7.03	
	기혼 (n=1452)	14.00		8.27		8.90		9.82		7.63	
	t 값	-2.77**		5.38***		3.39***		3.02**		-7.99***	
취업	비취업 (n=1669)	13.73		8.37		9.05		9.92		7.44	
	취업 (n=283)	13.39		8.52		8.66		9.82		7.65	
	t 값	1.63		-1.43		2.88**		.67		-2.28*	
학력	중졸 (n=125)	13.87	a	8.24	a	8.32	a	9.29	a	7.32	a
	고졸 (n=754)	13.52	a	8.40	a	8.98	b	9.97	b	7.43	a
	대졸 (n=975)	13.77	a	8.43	a	9.03	b	9.92	b	7.51	a
	대학원 (n=98)	13.37	a	8.22	a	9.50	c	9.70	b	7.51	a
	F 값	1.40		.80		5.51***		3.77**		.88	
연령	20-29세 (n=566)	13.74	ab	8.66	b	9.28	b	10.10	c	7.14	a
	30-39세 (n=604)	13.51	a	8.30	a	8.87	a	10.00	bc	7.83	c
	40-49세 (n=495)	13.33	a	8.20	a	8.88	a	9.75	ab	7.43	b
	50세+ (n=309)	14.11	b	8.38	a	8.93	a	9.58	a	7.43	b
	F 값	6.28***		7.68***		4.49**		5.89***		22.05***	
소득	100만원 (n=295)	13.37	a	8.25	a	8.77	a	9.95	a	7.26	a
	101-200 (n=857)	13.54	ab	8.37	a	9.05	ab	9.81	a	7.47	b
	201-300 (n=512)	13.83	bc	8.35	a	8.92	ab	10.08	a	7.53	b
	300만원+ (n=286)	14.07	c	8.66	b	9.20	b	9.78	a	7.64	b
	F 값	3.40*		3.29*		2.34		2.35		3.59*	

* P < .05, ** P < .01, *** P < .001

참고: 다른 문자로 표시된 그룹 간에는 통계적(Duncan 검증)으로 유의한 차이가 있음.

우 가정가치 인식수준은 가장 낮은 것으로 나타났다. 한편, 30대는 가정가치 의식 수준이 다른 연령 대에 비해 가장 높은 수준으로 나타났다. 끝으로, 소득수준에 따라 합리적 소비성향, 공중질서 이행, 가정가치의식에서 차이가 있는 것으로 나타났는데, 소득수준이 높은 300만원 이상 집단이 100만원 이하 집단보다 합리적 성향과 공중질서 이행 수준이 높은 것으로 나타났다. 소득수준이 가장 낮은 100만원 대 집단은 가정가치 의식 수준이 가장 낮은 것으로 조사되었다.

4. 환경보전행동에 영향을 미치는 요인

구매, 사용, 처분단계에서의 환경보전행동에 영향을 미치는 변수를 조사하기 위해 회귀분석(regression)을 수행하였고, 이분변수로 측정된 중고제품구매여부의 경우에는 로지스틱(logistic) 분석을 실시하였다. 분석결과는 <표 4>에 제시한 바와 같다.

먼저 구매 단계의 경우 성별, 기혼여부, 연령, 합리적 소비성향, 공중질서, 환경정책 지지도, 가정가치 인식이

재생제품구매에 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 여성, 기혼자, 연령이 높은 경우, 합리적 소비성향을 가진 경우, 공중질서를 잘 이행하는 경우, 환경정책을 적극적으로 지지하는 경우, 가정가치 인식 수준이 높은 경우 재생제품을 적극적으로 구매함을 알 수 있다. 한편, 중고제품구매여부의 경우 합리적 소비성향과 가정가치 인식 변수만이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 합리적 소비성향을 보이는 경우 그리고 가정가치 인식 수준이 높은 경우 중고제품을 구매하는 것으로 드러났다. 결국, 구매단계에서의 환경보전행동은 합리적 행동접근과 사회행동적 접근에 의해 잘 설명된다고 하겠다. 그러나 중고제품구매여부는 합리적 행동, 즉 경제적 측면에 의해서만 영향을 받을 수 있다. 이 결과를 통해 환경제품구매를 촉진시키기 위해서는 소비자들의 합리성 추구를 유도하고 질서 준수, 환경 정책에 대한 홍보 및 교육 등이 중요함을 알 수 있다. 또한, 중고제품구매 유도를 목표로 하는 정부정책, 환경운동, 환경교육을 수립할 경우 경제성을 강조하는 정책이 효과적이라고 하겠다.

사용 단계의 환경보전행동은 남성, 고졸이하 학력을 가진 경우, 연령이 낮은 경우 환경보전행동을 적극적으로

<표 4> 환경보전행동 영향요인에 대한 회귀분석

독립 변수	구매 단계		사용단계	처분단계
	재생제품 구매	중고구매여부	환경보전행동	환경보전행동
성별 (여성=1)	.12 (.06)***	-.626	-.46 (-.098)***	-.84 (-.15)***
대졸여부	.06 (.04)	.008	-.21 (-.063)**	-.29 (-.07)***
결혼여부	.17 (.07)**	-.131	-.09 (-.017)	-.67 (-.10)***
취업여부	.08 (.02)	.052	.04 (.007)	.16 (.02)
소득	.006(.01)	-.040	-.03 (-.031)	-.09 (-.06)***
연령	.07 (.07)**	-.066	-.46 (-.205)***	-.26 (-.10)***
합리적 행동 접근				
합리적 소비성향	.05 (.17)***	.082***	.14 (.196)***	.16 (.18)***
사회행동적 접근				
공중질서 실천	.05 (.08)***	-.005	.06 (.046)*	.10 (.06)***
환경정책 지지도	.05 (.10)***	-.032	.09 (.083)***	.12 (.09)***
개인 가치 접근				
물질가치 인식	-.001(-.004)	-.033	-.07 (-.068)***	-.10 (-.07)***
가정가치 인식	.03 (.05)*	.066*	.04 (.025)	.07 (.04)*
상수	3.91***	.396***	6.93***	5.08***
F값	16.29***	x ² 75.98***	24.88***	29.49***
R square	.08	-2LL 2182.71	.13	.15
adjusted R square	.08	분류 정확율 70.9%	.12	.14

* P < .05, ** P < .01, *** P < .001

참고: 괄호 안은 표준화회귀계수임.

실천하는 것으로 나타났다. 또한, 합리적 소비성향을 갖는 경우, 공중질서를 잘 이행하는 경우, 환경정책에 대한 지지도 수준이 높은 경우, 물질가치 인식이 높은 경우 사용 단계에서의 환경보전행동 수준이 높은 것으로 밝혀졌다.

본 연구에서 선정한 대부분의 변수가 처분 단계의 환경보전행동에 통계적으로 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 남성, 고졸이하, 미혼, 소득수준이 낮은 경우, 연령이 낮은 경우 처분 관련 환경보전행동을 적극적으로 실천하는 것으로 나타났다. 한편, 사용 단계에서와 마찬가지로, 합리적 소비성향, 공중질서 실천, 환경정책 지지도, 물질가치 인식은 처분단계에서의 환경보전실천행동에 정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 다만, 가정가치 인식은 사용단계에서의 실천행동에는 영향을 미치지 않으나 처분 단계에서는 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로, 본 연구결과를 통해 사용 및 처분단계의 환경보전행동은 본 연구에서 도입한 합리적 행동 접근, 사회행동적 접근, 그리고 대체로 개인적 가치 접근이 부합되고 있음을 알 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 전국 규모의 대표성 있는 자료를 사용하여 구매, 사용, 처분의 소비생활 단계에서 우리나라 성인 소비자의 환경보전행동 수준을 파악하고, 사회·인구학적 변수에 따라 어떤 차이가 있는가를 조사하며, 환경보전행동에 영향을 미치는 변수를 조사하였다. 특히, 합리적 소비 성향, 공중질서실천, 환경정책지지, 물질가치 인식, 가정가치 인식 변수가 환경보전행동에 미치는 영향력을 조사하였다. 본 연구의 결과를 정리·종합하면 다음과 같다.

첫째, 사회·인구학적 특성에 따라 구매, 사용, 처분 단계의 환경보전행동 수준에 차이가 있는가를 검증한 결과, 먼저, 구매단계의 경우 기혼 소비자 그리고 40대가 가장 적극적으로 재생제품을 구매하고 있는 반면, 소득수준이 가장 높은 300만원 이상 집단이 가장 소극적인 것으로 나타났다. 한편, 여성과 기혼이 중고제품을 구매하지 않는 비중이 높으며, 50대와 40대가 중고제품을 구매하지 않는 경향이 높음을 알 수 있다.

본 연구에서 구매단계의 환경보전행동을 재생제품 구매와 중고제품 구매로 구분하여 분석하였는데, 중고제품 구매는 재생제품 구매와는 성격이 다를 수 있다. 중고제품구매에 영향을 미치는 변수는 합리적 소비성향과 가정가치 인식뿐인 것으로 나타났고, 나머지 변수는 유의

한 영향을 미치지 않는 것으로 나타난 점에 유의할 필요가 있다. 또한 조사대상자의 70%가 중고제품을 구매한 경험이 없는 것은 우리 사회에서 중고제품에 대한 인식, 구매의사, 중고제품 관련 유통구조 등의 측면에서 개선되어야 할 부분이 많음을 알 수 있다. 이 같은 결과는 구매와 관련한 적절한 환경교육, 환경보전행동 지침, 환경운동이 충분히 시행되어 오지 않은 것과 연관이 있을 것으로 사료된다. 따라서 앞으로 구매 차원의 환경보전행동을 적극적으로 유도하는 각종 프로그램 개발이 시급하다.

한편, 남성, 미혼, 취업자가 사용 단계의 환경보전행동 수준이 높은 것으로 나타났다. 학력의 경우 중졸자와 대학원졸업자가 가장 낮은 수준을 보였고, 대체로 연령이 낮은 집단과 소득수준이 낮은 집단이 사용단계의 환경보전행동에 적극적인 것으로 나타났다. 처분단계의 환경보전행동은 대체로 남성, 미혼자, 연령이 낮은 집단, 소득수준이 낮은 집단에서 적극적으로 실천하는 것으로 드러났다.

둘째, 합리적 소비성향, 공중질서 실천, 환경정책지지, 물질가치 및 가정가치인식 등 환경보전행동과 연관 있을 것으로 사료되는 특성들이 사회·인구학적 변수에 따라 차이가 있는가를 검증한 결과, 여성이 남성보다 공중질서를 잘 실천하는 것으로 나타나 남성의 공중질서 실천에 대한 다양한 형태의 교육이 필요함을 알 수 있다. 한편, 미혼 소비자가 기혼보다 합리적 소비성향 수준이 낮은 것으로 나타났으나, 공중질서실천, 환경정책 지지도, 물질가치 인식 수준은 기혼보다 높은 것으로 나타났다. 이 결과를 통해, 미혼 소비자의 경우 합리적 소비행동을 추구할 수 있도록 하는 다양한 사회적 프로그램이 필요한 반면, 기혼 소비자의 경우 합리적 소비성향에 대한 교육보다는 공중질서 실천, 환경정책에 대한 태도 환기, 물질가치에 대한 인식 변화 등에 주안점을 두는 교육이나 홍보가 필요함을 알 수 있다. 또한, 비취업자의 환경정책지지 수준이 취업자보다 높으나 가정가치 의식 수준은 낮은 것으로 나타났다. 학력이 낮을수록 환경정책 지지도와 물질가치 인식 수준이 낮은 것으로 드러났다. 연령의 경우, 50대가 다른 연령 대에 비해 합리적 소비성향이 가장 높으며, 물질가치 인식수준은 가장 낮은 것으로 나타났다. 한편, 20대가 나머지 연령대보다 공중질서 실천, 환경정책 지지도, 물질가치인식 수준이 높은 반면, 30대는 가정가치 의식 수준이 다른 연령 대에 비해 가장 높은 것으로 밝혀졌다. 한편, 소득수준이 300만원 이상인 고소득 집단이 100만원 이하 저소득 집단보다 합리적 성향과 공중질서 실천 수준이 높은 것으로 나타났다. 소득수준이 가장 낮은 100만원 대 집단은 가정가치 의식 수준이 가장 낮은 것으로 조사되었다. 결국, 환경정책, 물질가치 등 올바른 가치관 형성 등에 대한 교육이나 홍보를 함에

있어 사회인구학적 특성을 반영하여 차별화되고 구분된 프로그램 개발이나 노력이 필요하다고 하겠다.

셋째, 구매, 사용, 처분단계의 환경보전행동에 영향을 미치는 변수를 조사하였다. 구매 단계의 경우 여성, 기혼자, 연령이 높은 경우, 합리적 소비성향을 가진 경우, 공중질서를 잘 실천하는 경우, 환경정책을 적극적으로 지지하는 경우, 그리고 가정가치 인식 수준이 높은 경우 재생 제품을 적극적으로 구매하는 것으로 드러났다. 합리적 소비성향을 보이는 경우와 가정가치 인식 수준이 높은 경우 중고제품을 구매하는 것으로 밝혀졌다. 사용 단계의 경우 남성, 고졸이하 학력을 가진 경우 그리고 연령이 낮은 경우 환경보전행동을 적극적으로 실천하는 것으로 나타났다. 또한, 합리적 소비성향을 갖는 경우, 공중질서를 잘 실천하는 경우, 환경정책에 대한 지지도 수준이 높은 경우, 물질적 가치에 대한 인식이 높은 경우 사용 단계에서의 환경보전행동 수준이 높은 것으로 밝혀졌다. 한편, 남성, 고졸이하, 미혼, 소득수준이 낮은 경우, 연령이 낮은 소비자들이 처분과 관련한 환경보전행동을 적극적으로 실천하는 것으로 나타났다. 또한, 합리적 소비성향, 공중질서 이행, 환경정책 지지도, 물질가치 인식 수준이 높을수록 처분 관련 환경보전행동이 적극적인 것으로 나타났다. 본 연구결과를 통해 소비자들의 환경보전행동은 합리적 행동 접근, 사회행동 접근에 의해 설명되고 있음을 알 수 있다. 다만, 중고제품구매의 경우 합리적 접근만이 부합되고 있다.

한편, 본 연구결과에서 사회인구학적 특성보다는 합리적 소비성향, 공중질서 실천, 환경정책 지지도가 재생제품구매, 사용 및 처분단계 환경보전행동에 미치는 영향력이 큰 것으로 나타났으므로 환경보전행동을 적극적으로 유도하기 위한 환경교육, 환경정책, 환경운동 전략 수립 및 시행에 이 결과를 활용하여야 한다. 구체적으로, 소비자의 환경보전행동은 그 자신의 합리성이 전제되어야 하며, 공중질서를 잘 지키는 시민으로서의 자질이 요구되는 점, 환경정책에 대한 중요성 및 가치에 대한 인식제고 등이 중요함을 알 수 있다. 따라서 환경관련 교육 이전에 시민으로서의 자질 교육, 환경의식 함양교육 등이 선행되어야 한다. 또한, 본 연구에서 합리적 소비 성향과 물질적 가치에 대한 인식도 환경보전행동에 유의한 영향을 미치는 변수로 밝혀졌으므로 환경교육, 환경정책이 단순히 환경보전의 중요성 강조에서 탈피하여 환경보전행동이 합리적이고 경제적 측면에서 중요함을 부각시켜야 한다. 즉, 환경보전 행동의 경제적 특성을 강조하는 방향으로 변화되어야 한다.

본 연구에서는 전국 규모의 자료를 사용하여 우리나라 성인 소비자의 환경보전행동 및 환경제품 그리고 중고제

품 구매 현황 및 영향요인을 분석하였다는 점에서 그 가치가 있다. 특히, 그 동안의 선행연구에서 파악하지 않았던 합리적 소비성향, 공중질서 이행, 환경정책 지지도, 물질가치 인식, 가정 가치 인식 등이 구매, 사용, 처분단계의 환경보전행동에 어떤 영향을 미치는가를 조사함으로써 환경보전행동을 설명하는 새로운 관점을 제기하였고 판단된다. 앞으로 후속연구에서는 이 같은 변수이외에도 환경보전행동을 설명할 수 있는 중요한 변수들을 파악하고 나아가 환경보전행동을 설명할 수 있는 체계적인 모델이나 이론 전개 측면의 발전이 이루어져야 한다. 소비생활 전단계의 환경보전행동에 대한 지속적인 연구조사를 기초로 환경소비자운동, 환경소비자교육, 환경정책의 방향이 새롭게 설정되고 변화되어야 할 것이다. 환경보전행동에 대한 보다 다양한 주제의 연구, 연구방법, 이론적 검증의 후속 연구가 계속되기를 기대한다.

주제어 : 환경보전행동, 합리적 접근, 사회행동적 접근, 개인 가치적 접근

참 고 문 헌

- 김은지 · 유두련(2000). 환경제품 구매행동에 관한 연구. 한국소비자학회, 11, 3, 41-58.
- 김영재 · 김정숙(1999). 환경 지향적 소비자행동에 관한 연구-제주시 주부를 대상으로. 대한가정학회지, 37, 3, 157-173.
- 김혜선(1997). 환경 친화적 재화의 상품화를 위한 소비자의 관심과 구매의도에 관한 연구 - 폐식용유를 재활용한 고체비누의 경우-. 한국소비자학회, 8, 1, 23-42.
- 곽인숙 · 송요숙 · 김태년 · 김경애(1998). 환경의식과 가정쓰레기의 처리 행태에 관한 연구. 대한가정학회지, 36, 2, 1-18.
- 민현선 · 이기춘(1996). 환경의식적 소비자행동과 환경규제방안에 대한 지지도, 대한가정학회지, 34, 3, 107-121.
- 민현선 · 이기춘(1999). 환경 친화적 소비태도와 소비행동간의 관계. 대한가정학회지, 37, 1, 29-44.
- 박운아 · 이기춘(1995). 환경의식적 소비자 행동에 관한 연구. 대한가정학회지, 33, 4, 199-212.
- 서정희(1997). 환경문제에 책임을 지는 소비자처분행동 및 관련변수에 관한 연구. 한국가정관리학회, 15, 1, 27-40.
- 유두련 · 심미영 · 정경옥(1996). 환경교육이 환경의식적 소비자행동에 미치는 영향에 관한 연구. 한국가정관리학회지, 14(3), 197-210.

- 이기춘 · 여정성 · 민현선 · 양희(1996). 소비자의 환경 친화적 제품에 대한 구매의사. *소비자학연구*, 7, 1, 109-126.
- 이두희 · 박미석 · 윤희숙(2001). 환경보전 캠페인의 공포소구 효과에 관한 연구-효익 비용모형접근. *소비자학연구*, 12, 2, 23-36.
- 이득연(2000). 환경 친화적 소비생활양식의 확산방안. 한국 소비자보호원.
- 이병욱(1997). *환경경영론*. 비봉출판사.
- 이병찬(1987). 생태적 관심을 가진 소비자의 특성과 그 대응방안에 관한 연구. 서울대학교 석사학위 논문.
- 이승진 · 이해임 · 류미현(1993). 환경보존을 위한 소비자능력. *소비자학연구*, 4, 2, 73-97.
- 이은희 · 박상미(2000). 생활폐기물의 감량화, 재활용 및 분리수거에 대한 태도와 행동. *한국소비문화학회지*, 3, 3, 97-128.
- 이장훈(1996). *그린 비즈니스*. 폴 슈리베스터번 번역서. 자연사랑.
- 전윤숙 · 이희숙 (1998). 환경보호 측면에서 본 리필 제품의 소비자이용 및 소비자인지에 관한 연구. *대한가정학회지*, 36, 3, 15-30.
- 주소현(1994). 소비자의 환경재 구매에 관한 연구. 서울대학교 석사학위 논문.
- 최남숙(1994). 환경교육과 환경의식이 환경보전 행동에 미치는 영향에 관한 연구. *대한가정학회지*, 32, 5, 29-44.
- 최남숙(1997). 환경 친화적 기업행동과 자원재활용에 관한 연구. *대한가정학회지*, 35, 2, 235-254.
- 최남숙(2001). 생활폐기물 감량을 위한 재활용에 관한 연구-서울시 주부를 중심으로. *대한가정학회지*, 39, 7, 59-70.
- 허경옥(2004). 소비자의 환경보전행동이 환경제품 및 중고제품 구매에 미치는 영향. *대한가정학회지*, 42(9), 85-97.
- Aberg, H., Dahlman, S., Shanahan, H., Saljo, R. (1996). Towards sound environmental behaviour: Exploring household participation in waste management. *Journal of Consumer Policy*, 19, 45-67.
- Alen, J., Davis, D., Soskin, M. (1993). Using coupon incentives in recycling aluminum: A market approach to energy conservation policy. *Journal of Consumer Affairs*, 27, 2, 300-318.
- Berger, I. E. (1997). The demographics of recycling and the structure of environmental behavior. *Environment and Behavior*, 29, 4, 515-531.
- Bryce, W. J., Day, R., & Olney, T. J. (1997). Commitment approach to motivating community recycling: New Zealand curbside trial. *Journal of Consumer Affairs*, 31, 1, 27-52.
- Dahab, D. J., Gentry, J. W. Su, W. (1995). New ways to reach non-recyclers: An extension of the model of reasoned action to recycling behaviors. *Advances in Consumer Research*, 22, 251-256.
- De Young, R. (1990). Recycling as appropriate behavior: A review of survey data from selected recycling education programs in Michigan, Resources, Conservation, and *Recycling*, 3, 253-266.
- Guagnano, G. A., Stern, P. C., & Dietz, T. (1995). Influences on attitude-behavior relationship- A natural experiment with curbside recycling. *Environment and Behavior*, 27, (5), 699-718.
- Hardin, R. (1998). Garbage out, garbage in. *Social Research*, 65, 1, 9-30.
- Kline, S. (1988). *Rationalizing attitude discrepant behavior: A case study in energy attitude*. Unpublished Manuscript, York University, Toronto, Canada.
- Oskamp, S., Harrington, M. J., Edwards, T. C., Sherwood, D. L., Okuda, S. J., Swanson, D. C. (1991). Factors influencing household recycling behavior. *Environment and Behavior*, 23, 4, 494-519.
- Schwartz, S. H. (1968). Awareness of consequences and the influence of moral norms on interpersonal behavior. *Sociometry*, 31, 355-369.
- Schwartz, S. H. (1970). Elicitation of moral obligation and self-sacrificing behavior: An experimental study of volunteering to be a bone marrow donor. *Journal of Personality and Social Psychology*, 15, 283-293.
- Schwartz, S. H. (1973). Normative explanations of helping behavior: A critique, proposal, and empirical test. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 349-364.
- Thogersen, J. (1996). Recycling and morality: A critical review of the literature. *Environment and behavior*, 28, 4, 536-558.
- Thogersen, J. (2000). Psychological determinants of paying attention to Eco-labels in purchase decisions: Model development and multinational validation. *Journal of Consumer Policy*, 23, 285-313.
- Vining, J., Ebreo, A. (1990). What makes a recycler? A comparison of recyclers and non-recyclers. *Environment and Behavior*, 22, 1, 55-73.

(2005. 11. 18 접수; 2005. 01. 06 채택)