

The Effect of Self-Regulation Ability, Materialism and Altruism on Ethical Consumption Behavior in Children Consumers

Mi-Jung Bok*, Jeong-Hee Seo**

Abstract

This purpose of this study was to analyze the variables associated with the ethical consumption behavior of children consumers. This subjects were 431 elementary school students. PASW 18.0 was used for data processing to do frequency analysis, T-test, one-way ANOVA, correlation analysis and multiple regression analysis. The results were as follows. First, children consumers tend to a little higher everyday ethical consumption behavior than others-oriented ethical consumption behavior. Second, as a result of analyzing ethical consumption behavior according to social economic variables, a high tendency of ethical consumption behavior was shown in groups that personality is extrovert and their household economic status is over upper middle class and father's age is higher. Third, the variables affecting ethical consumption behavior of children consumers were self-regulation ability, materialism, altruism, personality tendency, household economic status. Materialism had a negative effect but self-regulation ability, materialism, altruism, personality tendency, and household economic status had a positive effect.

▶ Keyword: Ethical consumption behavior, Everyday ethical consumption behavior, Other-oriented ethical consumption behavior, Self-regulation ability, Materialism, Altruism

I. Introduction

소비사회에서 발생하는 다양한 환경이나 경제, 인권 등 소비문제들에 대해 기업의 사회적 책임과 역할을 강조하면서, 소비자 역시 소비자로서의 사회적 책임과 역할을 윤리적 소비 행동을 통해서 해결할 수 있다는 인식이 변화되고 있다. 윤리적 소비가 소비로 인해 발생하는 부정적인 결과를 경감시키고 소비의 질을 높인다는 점에서 바람직한 소비생활과 관련한 소비윤리 및 가치관 함양을 목표로 하는 소비자교육과도 관련이 깊다.

최근 우리나라는 저출산의 급속한 진행과 동시에 국내 아동 산업에서의 새로운 변화가 나타나고 있다. 절대적 출산율은 낮지만 소수의 자녀에게 집중적으로 투자하면서 아동 1인당 소비되는 지출액은 증가하고, 산업의 프리미엄화가 가속화 되고 있는 것이다. 이제 아동시장은 새로운 블루오션으로 자리

매김하며, 꾸준히 성장하고 있다. 유안타증권의 분석에 따르면 유아·아동 산업의 규모는 2000년대 초반 이후부터 연평균 13%의 성장률을 보이며, 2015년 기준 39조원으로 추정하고 있다[1].

아동산업의 성장과 더불어 아동소비자는 초기 사회화 경험 이 중요한 아동기를 보내는 소비자로서 이 시기에 형성된 소비의식과 행동은 성인이 된 후의 소비의식과 행동에도 영향을 미치기 때문에 소비자교육의 중요한 대상이 된다[2]. 현대의 아동소비자는 자율재량권의 향상과 소비의사결정자로서의 영향력 증대 등에 따른 중요한 소비주체가 되고 있으며, 이 시기에 형성된 의식과 행동의 중요성이 커지고 있다. 따라서 아동 소비자에게 윤리적 소비에 관한 의식과 행동 수준을 높여줄 수 있는 방안에 관한 학문적 논의와 연구가 필요하다. 아동소

• First Author: Mi-Jung Bok, Corresponding Author: Jeong-Hee Seo

*Mi-Jung Bok (bbok@kwu.ac.kr), Dept. of Service Management, Kwangju Women's University

**Jeong-Hee Seo (jhseo@ulsan.ac.kr), Dept. of Child & Family Welfare, University of Ulsan

• Received: 2018. 03. 05, Revised: 2018. 04. 02, Accepted: 2018. 04. 16.

비자에 대한 윤리적 소비교육은 바람직한 소비생활을 영위할 수 있는 성인소비자로서의 능력에 기여할 수 있으며, 소비자사회에서 발생하는 문제를 예방할 수 있는 기초교육이 될 수 있다. 그러나 국내 윤리적 소비행동과 관련한 연구들은 윤리적 소비의 개념이나 내용에 관한 질적 연구들[3, 4, 5, 6]이 대부분이고, 양적 분석을 수행한 연구[7, 8, 9, 10, 11]들도 있으나 모두 아동소비자에 대한 특성을 반영하고 있지는 않다. 그러므로 윤리적 소비행동과 관련한 보다 다양한 연구 및 소비자교육적 측면에서 볼 때 아동소비자의 윤리적 소비행동을 고찰하는 실증연구가 필요하다.

이 연구는 아동소비자에 관한 윤리적 소비행동 관련 연구를 찾기 힘든 현 시점에서 실제 아동소비자의 윤리적 소비행동 현황은 어떠한지, 이에 영향을 미치는 관련 변수를 분석하고자 한다. 본 연구결과를 통해 소비자의 윤리적 소비행동에 대한 이해를 높이는 실증연구으로써 소비자교육분야에서 아동을 대상으로 한 프로그램 개발 등에 활용할 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

II. Theoretical Background

1. Children and Ethical Consumption Behavior

아동소비자는 보통 만 6세에서 만 12세로 아동기에 속하며, 소비자로서의 초기 사회화 경험이 중요한 시기로[12], 이 시기에 형성된 소비자의 인식과 태도가 성인기의 소비자행동에 영향을 미치므로, 바람직한 소비생활을 위해서는 소비습관을 제대로 형성하는 것이 필요하다. 현대사회의 아동소비자는 가계소득 수준의 향상과 가정의 자녀 수 감소로 아동소비자가 사용할 수 있는 자유재량 소비액이 증가하였고, 가족 전체를 위한 상품 및 서비스의 구매에도 영향을 미침으로써 가계구매 행위에 영향력을 행사하는 등 소비자로서의 역할이 두드러지고 있다[2].

한편 윤리적 소비는 일상생활 속에서 소비자가 스스로 윤리적 소비행동을 실천하는 것을 의미한다. 환경, 인권, 공동체, 정치, 종교와 같은 사회 및 환경적 영향요인 중 하나 이상을 생각하며 행하는 소비생활을 실천하는 행동[5]으로, 소비자의 개인적, 도덕적 신념에 의거하여 사회적 책임을 실천하는 행동이다[5, 8]. 현대 소비자사회가 가지고 있는 다양한 문제들에 대해서 사업자의 책임과 윤리의식뿐 아니라 소비자 스스로의 윤리적 행동에 관한 책임에 대한 논의들[13, 14]이 활발해지면서 윤리적 소비행동에 관한 논의의 중요성이 커지고 있다. 윤리적 소비 실천행동으로는 상거래상 소비윤리, 구매운동, 불매운동, 녹색소비, 로컬소비, 공동체화폐, 공정무역, 절제와 간소한 삶, 기부와 나눔으로 구분할 수 있으며 영역에 따라 크게 5가지로 나누어 살펴볼 수 있다[4]. 첫째, 윤리적 배분에 해당하는 윤리적 소비행동은 소득의 지출이나 자산 관리에 있어

사회적 책임을 고려한 행동으로 윤리적 투자나 나눔 및 기부 행동을 들 수 있다[4]. 둘째, 윤리적 구매행동은 구매 선택에서 사회적인 책임을 지는 것으로 친환경적 상품 구매, 공정무역 제품 구매, 공정여행, 로컬구매, 긍정적 구매(구매, 불매운동) 등이 있다[4]. 셋째, 윤리적 사용행동은 보유하고 있는 자원을 효율적으로 사용하고 에너지 및 물 등을 절약하는 행위가 포함된다[4]. 넷째, 윤리적 처분행동에는 생활쓰레기 분리수거, 중고제품 이용, 재활용과 같은 실천행동 등이 속한다[4]. 마지막으로 자발적 간소화는 라이프스타일 자체를 단순화시켜 소비생활을 간소하게 변화하는 행동이다[4].

이와 관련된 선행연구를 살펴보면 윤리적 소비의 개념과 내용을 다룬 연구[3, 4]가 있지만 실증연구가 뒷받침되지 못하였고, 특정한 소비품목에 국한한 소비행동을 조사한 연구[5, 15]들 뿐이었다. 윤리적 소비행동에 대한 실증연구는 부족한 편이고, 일련의 연구들[13, 14]은 윤리적 소비를 상거래 윤리 또는 소비윤리로 제한시켜 분석하였다는 문제점을 가지고 있으며, 윤리적 소비행동을 구매에만 한정시켜 살펴본 연구[7]도 있었다. 따라서 소비자들의 윤리적 소비행동을 체계적으로 이해하려면 소비자들의 전반적인 윤리적 소비행동 정도와 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 관련된 변수들에 대한 분석이 시급하다[8]. 윤리적 소비가 현대 소비자사회가 가진 문제를 해결하는데 소비자가 의식과 책임을 가지고 적극적으로 기여하는 실천행동이라는 측면에서 볼 때, 아동소비자가 차후 성인 소비자로서의 바람직한 역할 이행을 위해서는 아동소비자의 윤리적 소비에 관한 고찰이 필요하다.

2. Related Variables

2.1 Self-regulation ability

자기조절능력은 소비자 자신이 소비욕구를 조절하고 소비생활에 주도권을 가지며 어떠한 소비상황에서라도 융통성을 가지고 소비생활을 하는 능력을 일컫는다[16]. 따라서 자기조절능력은 타인과 조화롭게 적응하고, 사회적으로 합의된 규칙이나 질서를 잘 지키고 따르기 위해서 내면화된 규칙에 따라 자신의 행동이나 감정을 조절하고[17], 소비자 스스로 소비생활을 계획하고 평가하면서 자신의 행위를 점검한다. 윤리적 소비행동과 자기조절능력과의 관계를 살펴본 연구는 찾기 힘들지만, 윤리적 소비행동이 타인과의 관계를 고려하는 것에 초점을 두고 있다는 점에서 자기조절능력과의 대인관계 간의 영향을 살펴본 연구[18]는 의미가 있다. 아동의 자기조절능력은 대인관계나 적응에 긍정적 영향을 미치며, 아동의 친구 및 또래관계와 학교생활을 보다 원만하게 할 수 있게 해준다고 하였다[18]. 따라서 자기조절능력은 다른 소비자들에 대한 사회적 영향력을 고려하는 윤리적 소비행동에 정적 영향을 미칠 것이라 유추할 수 있다.

2.2 Materialism

물질주의는 재화에 대한 강한 욕망 또는 정신적인 것 보다

는 물질적인 것에 중요성을 부여하는 가치성향으로 물질의 소유와 소비를 통해 행복을 추구하는 경향을 의미한다[13]. 이러한 물질주의는 윤리적 소비자의 특성 중 하나인 인간관계를 중요시하는 가치와 상반된 개념으로 볼 수 있다[8]. 물질주의는 윤리적 행동과 관련이 있는데, 물질주의 성향이 클수록 기혼여성들의 비윤리적상거래 행동 수준이 커지고, 비윤리적 상거래 행동에도 더욱 크게 영향을 미친다고 하였다[13]. 그리고 대학생들 역시 물질주의가 높을수록 상거래 소비자 비윤리 지각수준이 높았고, 비윤리 행동을 많이 하는 것으로 분석되었다[14]. 또한 물질주의가 윤리적 소비 대부분의 하위차원에 부정적 영향을 미친다고 하였고[9], 물질주의가 윤리적 소비 행동에 부정적 영향을 미치는 변수이며, 물질주의 수준이 높을수록 윤리적 소비행동을 하지 않는 것으로 나타났다[8, 10]. 이상의 연구를 토대로 물질주의는 소비자의 윤리적 소비 행동에 부적 영향을 미침을 알 수 있다.

2.3 Altruism

이타주의는 타인의 행동에 대해 관심을 가지고 배려하는 특성으로, 윤리적 소비와 관련한 이타주의는 자신의 개인적 이익보다는 타인이나 제3세계 노동자나 사회적 약자의 복지에 더 관심을 가지는 성향을 의미한다[8]. 소비자의 윤리적 상품에 대한 태도와 구매의도와 관련된 요인을 분석한 결과, 이타주의는 윤리적 상품에 대한 태도와 구매의도 모두에 정적 영향을 미치는 것으로 분석되었다[7]. 소비자의 윤리적 소비 행동과 관련 변인을 고찰한 연구에서는 이타주의가 효과성지각 다음으로 높은 정의 영향을 미치는 변인으로 나타나[8] 이타주의는 윤리적 소비행동에 정적 영향을 미치는 주요 변수임을 알 수 있다.

2.4 Characteristics of children's consumers

소비자의 윤리적 소비행동에 대한 사회경제적 변수의 영향력은 연구자들에 따라 다소 상이한 결과를 보여주지만, 성별, 연령, 교육수준, 가계소득, 직업 등이 유의한 영향을 미치는 변수로 나타났다[7, 8, 9, 10, 11]. 아동소비자의 경우 부모의 영향력, 특히 어머니의 영향력이 크다는 점을 감안할 때 부모의 교육수준과 직업, 가계의 소득 등이 영향을 미칠 것으로 생각된다.

III. Research Problems and Methods

1. Research Problems

- <연구문제 1> 아동소비자의 윤리적 소비행동은 어떠한가?
- <연구문제 2> 아동소비자의 사회경제적 변수에 따라 윤리적 소비행동은 차이를 보이는가?
- <연구문제 3> 자기조절능력, 물질주의, 이타주의 및 윤리

적 소비행동 간의 상관관계는 차이가 있는가?

<연구문제 4> 아동소비자의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 변수들의 상대적인 영향력은 차이가 있는가?

2. Research Methods

2.1 Survey Methods and Data Gathering

2012년 11월 울산지역 초등학교 고학년 450명을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 부실기제로 분석에 사용할 수 없는 질문지 19부를 제외하고, 최종분석 자료로 431부를 사용하였다.

2.2 Research Tool

윤리적 소비행동의 측정을 위해 선행 연구에서 사용한 11개 문항을 가지고, 일상적 실천행동과 타인지향 실천행동으로 구분하여 구성하였다[4]. '전혀 하지 않는다'에서부터 '항상 한다'까지 4점 리커트 척도로 측정하였으며, 값이 높을수록 윤리적 소비행동이 높아짐을 나타낸다.

윤리적 소비행동과 관련된 변수로는 자기조절능력, 물질주의, 이타주의가 있다. 우선 자기조절능력의 측정을 위해 선행 연구에서 사용한 7개 문항으로 구성하였다[16]. '전혀 그렇지 않다'에서부터 '매우 그렇다'까지 4점 리커트 척도로 측정하였고, 값이 높을수록 아동소비자의 자기조절능력이 높음을 의미한다. 물질주의의 측정을 위해 선행 연구에서 사용된 5개 문항으로 구성하였고[13], '전혀 그렇지 않다'에서부터 '매우 그렇다'까지 4점 리커트 척도로 측정하였다. 값이 높을수록 아동소비자의 물질주의 성향이 높음을 의미한다. 마지막으로 이타주의의 측정을 위해 선행연구에서 제시된 5개 문항을 사용하였다[6]. '전혀 그렇지 않다'에서부터 '매우 그렇다'까지 4점 리커트 척도로 측정하였고, 값이 높을수록 아동소비자의 이타적 성향이 높음을 의미한다.

측정도구의 신뢰도는 <Table 1>에 제시되어 있다. 자기조절능력과 일상적 실천행동을 제외하고는 모든 척도의 신뢰도 값이 .80 이상으로 높은 신뢰수준을 보였다. 자기조절능력과 일상적 실천행동의 신뢰도 값은 다른 척도에 비해 낮은 편이지만 문항의 수를 감안하면 신뢰할만한 수준이라 할 수 있다.

Table 1. Reliability of Scales

Category		Items	Cronbach's α
Ethical consumption behavior	Everyday action	5	.68
	Others-oriented action	6	.81
Self-regulation ability		7	.70
Materialism		5	.85
Altruism		5	.81

2.3 Analysis Methods

수집된 자료는 PASW 18.0 프로그램을 사용하여 통계처리하였다. 척도의 신뢰도를 분석하기 위해 신뢰도 분석을, 조사 대상의 특성을 알아보기 위해 빈도분석을, 윤리적 소비행동의

Table 3. Socio-economic Variables on the Ethical Consumption Behavior

		Everyday action		Others-oriented action		Ethical consumption behavior	
		m	scheffe	m	scheffe	m	scheffe
Gender	male	15.83		13.69		29.50	
	female	16.10		13.44		29.52	
	t		- .938		.620		-.022
Father's age	below 40	15.36		12.65		27.95	a
	41~44	16.07		13.58		29.71	ab
	over 45	16.24		13.98		30.14	b
	F		2.325		2.713		3.385*
Mother's age	below 40	15.67		13.02		28.70	
	41~44	16.32		13.97		30.27	
	over 45	15.98		14.12		30.02	
	F		1.956		2.852		2.855
Father's education	below high school	16.05		13.41		29.43	
	over university	16.06		13.85		29.89	
	t		-.032		-1.067		-.773
Mother's education	below high school	16.08		13.32		29.38	
	over university	16.06		13.94		29.98	
	t		.056		-1.531		-1.002
Mother's job	yes	16.14		13.69		29.85	
	no	15.73		13.43		29.09	
	t		1.375		.652		1.267
Personality tendency	extrovert	16.19		14.05		30.24	
	introverted	15.42		12.48		27.82	
	t		2.377*		3.601***		3.701***
Household economic status	below middle class	15.83		12.89		28.71	
	over upper middle class	16.15		14.42		30.53	
	t		1.135		3.863***		3.046**

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

정도와 아동소비자의 특성에 따른 윤리적 소비행동의 차이를 알아보기 위해 T-test와 one-way ANOVA를, 자기조절능력, 물질주의, 이타주의 및 윤리적 소비행동과의 관계를 파악하기 위해 상관관계분석을, 아동소비자의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 변수들의 상대적인 영향력을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

2.4 General Characteristics of Subjects

연구대상자의 특성을 살펴보면, 성별은 남학생과 여학생의 비율이 대략 1/2 정도로 비슷하게 표집되었다. 아버지의 평균 연령은 43세이며, 대졸 이상의 학력을 가진 경우가 1/2 이상이었다. 어머니의 평균 연령은 40세로, 아버지와 마찬가지로 대졸 이상의 학력을 가진 경우가 1/2 이상이었고, 과반수 정도가 현재 경제활동을 하고 있었다. 아동소비자의 2/3 정도가 본인의 성격을 외향적이라고 여기고 있었고, 과반수 정도의 아동이 본인이 속한 가계가 중산층이라고 하였다.

IV. Research results

1. Level of Ethical Consumption Behavior

아동소비자의 윤리적 소비행동 정도는 <Table 2>에 제시되어 있다. 먼저 일상적 실천행동의 평균은 15.94이고, 타인

지향 실천행동의 평균은 13.56으로 아동소비자들은 타인지향 실천행동보다 일상적 실천행동으로 윤리적 소비행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다.

Table 2. Level of Ethical Consumption Behavior

	Everyday action	Others-oriented action	t
m	15.94	13.56	12.729***
SD	2.96	4.09	

2. Socio-economic Variables and Ethical Consumption Behavior

아동소비자의 특성에 따른 윤리적 소비행동을 살펴보면 <Table 3>과 같다. 일상적 실천행동은 아동의 성격성향에서만 p<.05 수준으로, 타인지향 실천행동은 아동의 성격성향과 가계경제인식에서만 p<.001 수준으로, 윤리적 소비행동은 아버지의 연령에서 p<.05 수준으로, 아동의 성격성향에서 p<.001 수준으로, 가계경제인식에서는 p<.01수준으로 의미있는 차이를 보였다.

분석 결과 아동의 성격성향에 따른 차이가 공통적으로 나타났다. 외향적인 성향이 강할수록 일상적 실천행동, 타인지향 실천행동 및 윤리적 소비행동을 더 하는 것으로 나타났다. 또한 아동소비자가 가계의 경제적 지위를 중상층 이상으로 인식할 때 타인지향 실천행동 및 윤리적 소비행동을 더 하는 것으로 나타났다. 윤리적 소비행동 중 일상적 실천행동은 주관적 가계경제 지위인식과는 유의한 차이가 없었지만 타인지향 실

천행동에서는 차이를 보여 가계의 경제적 지위를 중상층 이상으로 인식하는 집단일수록 다른 소비자와의 관계 및 사회적 영향력을 고려한 윤리적 소비행동을 더욱 하고 있는 것으로 볼 수 있다. 이러한 결과는 계층인식이 윤리적 소비행동에 영향을 미친다는 기존 연구[10, 11]와 일치하였다. 그리고 아버지의 연령에 따라서는 윤리적 소비행동에서만 차이를 보였는데, 아버지의 연령이 높은 집단일수록 윤리적 소비행동을 더 하는 것으로 나타났다.

3. Correlation of Self-regulation ability, Materialism, Altruism and Ethical Consumption Behavior

아동소비자의 자기조절능력, 물질주의, 이타주의 및 윤리적 소비행동간의 상관관계분석 결과는 <Table 4>에 있다. 먼저 일상적 실천행동은 자기조절능력($r=.187, p<.001$)과 이타주의($r=.256, p<.001$)와는 양의 상관관계를 보인 반면 물질주의($r=-.099, p<.05$)와는 부의 상관관계를 보였다. 타인지향 실천행동은 자기조절능력($r=.338, p<.001$)과 이타주의($r=.333, p<.001$)에서만 양의 상관관계가 나타났다. 윤리적 소비행동과도 자기조절능력($r=.318, p<.001$)과 이타주의($r=.353, p<.001$)에서만 양의 상관관계로 나타났다.

이상의 결과 일상적 실천행동, 타인지향 실천행동 및 윤리적 소비행동 모두 공통적으로 자기조절능력이 높을수록, 이타주의가 높을수록 증가한다는 것을 알 수 있다. 또한 물질주의가 낮을수록 윤리적 소비행동 중 일상적 실천행동이 증가하는

것으로 나타났다. 이러한 결과는 자기조절능력과 이타주의가 윤리적 소비행동에 정적 영향[7, 8]을, 그리고 물질주의는 부적 영향을 미친다는 여러 선행연구[8, 9, 10, 13, 14] 결과와 일치한다.

4. Regression Results of Ethical Consumption Behavior

아동소비자의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 변수들의 상대적 영향력을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 <Table 5>와 같다. 변수들간의 다중공선성을 확인한 결과 공차한계값은 .10보다 크고, VIF는 10보다 작아 공선성의 문제는 없었고, Durbin-Watson 값도 2에 근접하여 모형에 적합하였다.

먼저 일상적 실천행동에 미치는 영향력을 분석한 결과, 이타주의($\beta=.299, p<.001$), 물질주의($\beta=-.237, p<.001$), 어머니의 연령($\beta=.169, p<.05$) 순으로 영향을 미치고 있었다. 즉 이타주의가 높을수록, 물질주의가 낮을수록, 어머니의 연령이 많을수록 윤리적 소비행동 중 일상적 실천행동이 높은 것으로 나타났다. 이 모형의 설명력은 16.5%이다.

타인지향 실천행동에 미치는 영향력을 분석한 결과, 이타주의($\beta=.294, p<.001$), 자기조절능력($\beta=.222, p<.001$), 물질주의($\beta=-.202, p<.001$), 가계경제인식($\beta=.155, p<.01$), 아동의 성격성향($\beta=.102, p<.05$) 순으로 유의한 영향을 미치고 있었다. 이타주의가 높을수록, 자기조절능력이 높을수록, 물질주의가 낮을수록, 가계경제가 중상층 이상이라 인식할수록, 아동의

Table 4. Results of the Correlation Analysis

	Everyday action	Others-oriented action	Ethical consumption behavior
Self-regulation ability	.187***	.338***	.318***
Materialism	-.099*	-.035	-.073
Altruism	.256***	.333***	.353***

p<.01 *p<.001

Table 5. Regression Results of Ethical Consumption Behavior

	Everyday action		Others-oriented action		Ethical consumption behavior	
	B	β	B	β	B	β
Gender(1=male)	-.408	-.069	-.059	-.007	-.456	-.038
Father's age	-.004	-.006	.089	.088	.076	.050
Mother's age	.119	.169*	.056	.059	.177	.124
Father's education	-.004	-.003	-.056	-.029	-.061	-.021
Mother's education	.022	.016	.088	.046	.105	.036
Mother's job(1=yes)	.138	.023	-.235	-.029	-.030	-.002
Personality tendency(1=extrovert)	.287	.044	.922	.102*	1.253	.093
Household economic status (1=over upper middle class)	.207	.035	1.255	.155**	1.458	.121*
Self-regulation ability	.071	.093	.234	.222***	.300	.191***
Materialism	-.191	-.237***	-.226	-.202***	-.411	-.248***
Altruism	.261	.299***	.356	.294***	.623	.346***
F	5.894***		10.367***		10.938***	
R ²	.165		.256		.270	
Adjusted R ²	.137		.231		.245	
Durbin-Watson	1.687		1.823		1.789	

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

성격성향이 외향적이라고 여길수록 윤리적 소비행동 중 타인지향 실천행동이 높은 것으로 나타났다. 이 모형의 설명력은 25.6%이다.

마지막으로 윤리적 소비행동을 분석한 결과, 이타주의($\beta = .346, p < .001$), 물질주의($\beta = -.248, p < .001$), 자기조절능력($\beta = .191, p < .001$), 가계경제인식($\beta = .121, p < .05$) 순으로 유의한 영향을 미치고 있었다. 아동소비자들의 이타주의 성향이 높을수록, 물질주의가 낮을수록, 자기조절능력이 높을수록, 가계경제가 중상층 이상이라 인식할수록 윤리적 소비행동이 높은 것으로 나타났고, 이 모형의 설명력은 27%이다.

이상의 결과 윤리적 소비행동에 가장 크게 영향력을 미치는 변수는 이타주의임이 밝혀졌고, 물질주의는 윤리적 소비행동 모두에 부적으로 영향을 미친다는 선행연구[7, 8, 9, 10, 13, 14]의 결과를 지지한다. 그리고 윤리적 소비행동 중 타인지향 실천행동에 자기조절능력이 두 번째로 높은 영향력이 나타난 것은 다른 사람과의 관계에 대한 인식과 의식으로 합리적인 소비성향을 실천하고자 함이 반영된 것으로 해석할 수 있다.

V. Conclusions

아동소비자의 윤리적 소비의식과 행동에 관한 고찰은 윤리적 소비가 가지는 바람직한 소비사회를 구현하는 데 있어 중요하다. 그리고 아동소비자에 관한 윤리적 소비행동 연구가 제한적으로 이루어져 있어 실제 아동소비자들의 윤리적 소비행동에 대한 실태 및 이에 관한 영향 변수를 고찰한 연구들이 필요하다. 따라서 본 연구는 울산지역에 거주하는 아동소비자들을 대상으로 아동소비자의 윤리적 소비행동의 일반적 경향을 살펴보고 이들의 윤리적 소비행동에 있어 영향을 미치는 변수들을 분석하였다. 연구결과를 중심으로 결론을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 아동소비자는 윤리적 소비행동을 일상 속에서 비교적 자주 실천하고 있었으며, 개인이 가지는 일상적인 생활 속에서 실천하는 일상적 실천행동 수준이 타인지향 실천행동 수준보다 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 윤리적 소비행동이 일상 속에서 보편화된 형태로 실천되고 있음을 나타내는 것으로, 상대적으로 타인지향 소비행동에 비해 개인이 가진 습관이나 태도 차원에서 이러한 행위를 꾸준히 유지하고 있기 때문으로 볼 수 있다. 그러나 진정한 윤리적 소비행동의 실천은 개인 수준에서만 유지되는 행위로서가 아닌 다른 소비자와의 관계에 대한 인식과 그들과 영위하는 소비생활에 대한 적극적인 참여가 함께 해야 할 것이다. 따라서 상대적으로 낮은 실천정도를 보였던 타인지향 실천행동의 수준을 높일 수 있도록 소비자교육 및 정보제공형 교육프로그램의 개발과 보급이 이루어져야 할 것이다.

둘째, 아동소비자의 윤리적 소비행동에 영향을 미치는 변수

는 이타주의, 물질주의 및 자기조절능력으로 아동 개인의 심리사회적 변수가 주요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자기조절능력의 경우 합리적인 소비를 실천하고자 하는 의식적인 활동이 포함되는 것으로 소비자 개인의 신념을 실천하는데 있어 중요한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 따라서 윤리적 소비행동을 장려하고 바람직한 성인소비자로서의 이행을 위해서는 소비윤리에 대한 가치관과 의식을 바로 심어줄 수 있는 소비자교육 내용이 필요하다.

마지막으로, 완구, 서적, 팬시, 정보기술, 뷰티 및 패션 분야 등에서 초고속 성장을 하고 있는 아동산업 시장의 기업들은 주 고객층인 아동소비자의 윤리적 소비행동과 의식이 변화되고 있음을 인지하고, 기업도 이러한 소비자의 지속적인 선택을 받기 위해 기업 윤리의식 및 사회적 책임에 대한 인식의 제고와 진정한 윤리경영을 실천하기 위한 노력에 적극적이어야 할 것이다

본 연구는 국내 윤리적 소비행동과 관련한 연구에 있어 아동소비자에 초점을 두어 윤리적 소비행동에 미치는 영향력 있는 변수를 찾고자 하는 실증연구로서 기여하고 있고, 더불어 소비사회의 해결책으로서 제안된 윤리적 소비의 중요성을 담은 소비윤리교육 프로그램 개발의 기초자료로 활용되고자 하였다. 그러나 아동소비자의 사회심리적 특성에 초점을 두어 아동소비자의 윤리적 소비행동을 설명하는 변수를 규명했다 다가에는 한계가 있으므로, 아동소비자와 관련한 준거집단이나 상황적 변수에 따른 태도 변화 등 다양한 관련 변인들을 통해서 영향 변수를 검증하는 후속연구가 진행되어야 할 것이다.

REFERENCES

- [1] Hankyung Magazine., http://magazine.hankyung.com/business/apps/news?popup=0&nid=01&nkey=2016022301056000341&mode=sub_view.
- [2] Rhee, K. C., Consumer education : theory & practice, Kyomoonso, 1999.
- [3] Park, M. H., & Kang, L. J., "Study on the Concept and Practice of Ethical Consumption", Korean Journal of Human Ecology, Vol. 18, No. 5, pp. 1047-1062, 2009.
- [4] Chun, K. H., Hong, Y. G., Yoon, M. A., & Song, I. S., Good Consumption Ethical Consumption, Sigmappress, 2010.
- [5] Hong, E. G., & Song, I. S., "A Study of Cases of Ethical Consumption in the Analysis of Purchasing Motives of Environmentally-Friendly Agriculture Products", Journal of Consumption Culture, Vol. 11, No. 3, pp. 23-42, 2008.
- [6] Hong, Y. G., & Song, I. S., "A Case Study of Ethical Consumer in Korea", Journal of Consumption Culture,

Vol. 13, No. 2, pp. 1-25, 2010.

- [7] Huh, E. J., "The Determinants of Consumer's Attitude and Purchase Intention on the Ethical Products", *Journal of Consumer Studies*, Vol. 22, No. 2, pp. 89-111, 2011.
- [8] Huh, E. J., "Consumers' Ethical Consumption Behavior and Related Factors", *Journal of Consumer Studies*, Vol. 23, No. 4, pp. 105-130, 2012.
- [9] Hong, E. S., & Shin, H. Y., "The Ethical Consumptions and Related Variables of the Undergraduate", *Journal of Home Management Association*, Vol. 28, No. 5, pp. 131-149, 2010.
- [10] Choi, K. S., "Influence of Socio-psychological Factors and Educational Experience on Adolescent Consumers' Ethical Consumption Behavior", *Journal of Korean Home Economics Education Association*, Vol. 27, No. 1, pp. 67-83, 2015.
- [11] Jung, J. W., "A Study on Adolescents' Ethical Consumption Education Experience and Ethical Consumption Behavior", *Journal of Korean Home Economics Education Association*, Vol. 24, No. 3, pp. 191-208, 2012.
- [12] Gwak, H. J., & Lee, S. S., "A Study on Rationality of Consumer Behavior of Children Consumer - Focused on the Higher Grade Children in Elementary School -", *Family and Environment Research*, Vol. 41, No. 5, pp. 71-87, 2003.
- [13] Song, I. S., & Jae, M. J., "Materialism and Unethical Business Transactions of Married Women", *Journal of Consumption Culture*, Vol. 9, No. 3, pp. 185-206, 2006.
- [14] Jae, M. J., & Weagley, R. O., "Cross-cultural Comparison of Undergraduate Students from Korea and United States regarding of Consumer Ethics and Related Variables", *Consumer Policy and Education Review*, Vol. 3, No. 2, pp. 185-206, 2007.
- [15] Harrison, R., Newholm, T., & Shaw, D., *The Ethical Consumer*, Sage Publications, 2005.
- [16] Nam, S. J., "Development of a Consumption Self-regulation Scale", *Journal of Korean Home Management Association*, Vol. 24, No. 5, pp. 175-189, 2006.
- [17] Song, H. Y., "The Variables Influencing Young Children's Emotional and Behavioral Self-regulation", Graduate School of Kyungpook National University, Doctoral thesis, 2006.
- [18] Roh, H. M., Choi, W. S., & Park, I. J., "The Effects of Children's Self-Regulation on their Friendships and School Adjustment", *Journal of Korean Home Management Association*, Vol. 27, No. 2, pp. 281-292, 2009.

Authors



Mi Jung Bok received Ph.D. degrees in Consumer Science from Ulsan University, Korea, in 2006. Dr. Bok joined the faculty of the Department of Service Management at Kwangju Women's University, Gwangju, Korea, in 2008. She is currently a Professor

in the Department of Service Management, Kwangju Women's University. She is interested in Consumer Behavior and Consumption Trend.



Jeong Hee Seo received the B.S., M.S. and Ph.D. degrees in Consumer Science from Seoul National University, Korea, in 1979, 1986 and 1991, respectively. Dr. Seo joined the faculty of the Department of Child & Family Welfare at Ulsan University, Ulsan,

Korea, in 1989. She is currently a Professor in the Department of Child & Family Welfare, Ulsan University. She is interested in Consumer Policy, Consumer Behavior and Consumer Education.