

윤리적 소비를 하지 않은 이유

- 공정무역상품 비구매 이유 및 공정무역상품 가치-

서정희 (울산대학교 아동가정복지학과 교수)
허은경 (울산대학교 아동가정복지학과 교수)
전향관 (울산대학교 아동가정복지학과 감사)
정윤선 (울산대학교 아동가정복지학과 박사과정)
김연희 (울산대학교 아동가정복지학과 석사과정)

윤리적 소비는 구매선택에서의 사회적인 옳고 그름을 판단하는 규범적 체계로(송인숙, 2005), 녹색소비, 공정무역, 로컬 소비, 불매행동 등이 포함된다. 이러한 윤리적 소비가 소비생활과 산업계에 긍정적인 영향을 미친다는 기존의 연구(김정희, 2009; 차태훈, 2010; 천경희 외, 2010)들은 윤리적 상품 소비에 대한 긍정적인 측면을 뒷받침해주고 있다. 그러나 실제 윤리적 구매 수준은 현저히 낮은 수준으로 나타나고 있어(Timothy M. Devinney 외, 2010), 윤리적 소비를 증진하기 위한 제언을 할 수 있는 실증적 연구가 뒤따라야 할 것이다. 따라서 본 연구는 윤리적 소비의 실천행위 중 하나인 공정무역을 대상으로 이를 활성화할 수 있는 방안을 제시하고자 한다. 구체적으로 공정무역상품을 구매하지 않은 사람들의 비구매 이유를 살펴보고, 그들이 생각하는 공정무역 상품에 대한 가치와 구매의향을 살펴보고자 한다.

2010년 11월 한 달 간 대한민국 울산지역의 공정무역 상품을 구매하지 않은 대학생 소비자를 설문 실시하여, 기제가 누락된 자료를 제외하고 292부를 최종 분석에 사용하였다. 조사된 자료는 SPSS 18.0 통계프로그램을 이용하여 빈도분석, 백분율, 평균, 표준편차 등의 기술통계, 요인분석을 실시하였다.

공정무역상품을 구매하지 않은 이유는 공정무역상품에 대해서 생소하기 때문이라는 이유가 가장 높았다. 공정무역상품을 구매하지 않은 이유는 '공정무역을 들어본 적이 없음'이 55.5%로 가장 높은 비율을 차지하고 있었으며, '적당한 구입처를 찾지 못해서' 21.4%, '원하는 품목이 나오지 않아서' 7.2%, '기타' 6.2%, '제품(인증제도)에 신뢰가 가지 않아서' 4.8%, '원하는 중량/포장단위가 없어서' 4.2%, '모양, 색상 등 디자인이 맘에 들지 않아서' 0.7% 순으로 나타났다.

공정무역상품에 대한 가치를 알아보기 위해 요인분석을 실시한 결과, 전체 12개 문항에서 3개의 하위영역으로 구성되었다. 요인 1은 총 3문항으로 공정무역상품의 우수한 기능 및 품질에 대한 가치를 설명하고 있어 '기능적 가치'라고 명명하였고, 전체분산의 23.17%를 설명하였다. 요인 2는 총 3문항으로 공정무역상품을 통한 자신이 느끼는 감정에 대한 가치를 설명하고 있어 '감정적 가치'라고 명명하였으며, 전체분산의 22.63%를 설명하였다. 요인 3은 총 3문항으로 전체분산의 20.99%를 설명하며, 공정무역상품에 대한 사회성을 고려하는 가치를 설명하고 있어, '사회적 가치'라고 명명하였다. 이들 3가지 요인은 Cronbach

a가 .697 ~ .767로 높은 수준의 신뢰수준을 나타냈다.

비구매자들은 공정무역상품에 대한 가치 중에서 기능적 가치에 대해서 가장 중요시 여기고 있었고, 향후 공정무역상품을 구매하고자 하는 사람의 비율이 높았다. 공정무역상품에 대한 가치의 일반적 경향을 살펴본 결과, 공정무역상품의 기능적 가치를 5점 환산평균 3.18점으로 가장 중요시 여기고 있었으며, 감정적 가치가 평균 3.07점, 사회적 가치가 평균 3.04점 순으로 나타났다. 향후에 공정무역상품을 구매 할 의향이 있는 사람은 62.4%, 향후 구입 의향이 없는 사람은 37.6%로 나타나, 대부분이 향후 공정무역상품을 구매할 의사가 있었다.

이러한 연구결과를 통해 소비자는 공정무역 상품에 대해서 생소하기 때문에 구매를 하지 않음을 알 수 있었으며, 공정무역 상품이 가진 가치 중에서 기능적 가치를 중요시하고 있다는 것을 알 수 있었다. 또한 향후 공정무역상품의 구매하고자 하는 비율이 높아 구매에 긍정적임을 알 수 있다. 따라서 기업은 공정무역상품의 가격 및 품질 등의 기능적 가치에 초점을 맞추고, 소비자의 공정무역상품에 대한 공격적인 홍보전략을 펼칠 필요가 있다. 윤리적소비로서 공정무역이 활성화 될 수 있도록 공정무역상품 구매의사결정에 도움이 되는 소비자교육이 뒤따라야 할 것이다.

참고문헌

- 김정희(2009). 공정무역, 희망무역. 동연.
- 차태훈(2010). 공정무역 제품구매에 대한 탐색적 연구. 소비문화연구, 13(1), 1-20.
- 천경희 외(2010). 착한소비 윤리적 소비. 시그마프레스.
- Timothy M. Devinney, Pat Auger, and Giana M. Eckhardt(2010). The Myth of the Ethical Consumer. CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS.