ISSN 1229-8565 (print) ISSN 2287-5190 (on-line)
한국지역사회생활과학회지 30(2): 291~302, 2019
Korean J Community Living Sci 30(2): 291~302, 2019
http://doi.org/10.7856/kjcls.2019.30.2.291

소비절제(anti-consumption) 소비 행동 유형 분류 및 예측 요인 분석

최 경 숙
동국대학교 사범교육대학 가정교육과

Classification and Predicting Factors of Anti-Consumption Behaviors

Kyoung-Sook Choi
Dept. of Home Economics Education, Dongguk University, Gyeongju, Korea

ABSTRACT

The purpose of this study was to classify the consumer types and analyze the factors (materialism, self-actualization, authenticity, well-being, and environmental awareness) that predict consumer types based on the global impact consumer (GI) and voluntary simplicity (VS) of anti-consumption behavior. The subjects of this study included 422 adult consumers who answered a structured questionnaire through an online survey. The results of this study were as follows. First, anti-consumption behavior is generally reducing their overall level of consumption. This is focused on societal issues, such as environmentalism, and personal issues, such as life-simplification. The final model yielded three latent classes of global impact consumer (GI) and voluntary simplicity (VS) of anti-consumption behavior. The three groups were 1) a proactive group (33.2%: group 1) with high levels of global impact consumer (GI) and voluntary simplicity (VS), 2) a medium group (34.7%: group 2) with middle levels of global impact consumer (GI) and voluntary simplicity (VS), and 3) a passive group (32.5%: group 3) with low levels of global impact consumer (GI) and voluntary simplicity (VS). Multinomial logistic regression was performed to examine the associations between the latent classes and predictors to determine how the patterns of anti-consumption behavior-related variables were determined. Age, materialism, self- actualization, well-being, and environmental awareness increased the potential for inclusion in the proactive group. In addition, materialism, authenticity, and environmental awareness were factors that increased the potential for inclusion in the passive group. Materialism and environmental awareness were revealed as common characteristic factors that increased the potential for inclusion in the active and passive groups.

Key words: anti-consumption behavior, materialism, self-actualization, authenticity, well-being, environmental consciousness

This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea (NRF-2017S1A5B5A07057769)
Received: 11 April, 2019 Revised: 8 May, 2019 Accepted: 28 May, 2019
†**Corresponding Author**: Kyoung-Sook Choi Tel: +82-54-770-2527 E-mail: cks@dongguk.edu
This is an Open-Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

I. 서론

환경을 고려하는 녹색 소비, 최소한 물건만으로 살아가는 미니멀 라이프, 동시대 인류와 다음 세대를 생각하는 이른바 착한 소비 등이 나타나면서 물질적 소유와 풍요로움에 반(反)하는 소비의 양상이 나타나고 있다. 물건의 소비와 소유를 통해 자아는 발전된다고 믿으며, 물질의 소유를 통해 자신의 자아를 확립하고, 더 많은 소비와 물질적 이익 추구를 소비사회의 당연한 명제로 여겨왔던 소비자들이 변화하고 있다. 사치품에 의한 과시보다는 기본적인 필요에서 만족을 추구하고, 무엇을 왜 사는지에 훨씬 신중해 지면서 공동체를 생각하고, 진정한 삶의 가치 혹은 소비의 진정한 가치에 대해 고민하면서 더 단순하고 의미 있는 라이프스타일을 추구하는 쪽으로 관심이 증대하고 있다.

독일의 심리학자 에리히 프롬(1999)은 그의 저서 '소유냐 삶이냐'에서 현대인의 삶을 소유적 양식(To Have)과 존재적 양식(To Be)으로 설명하면서 끝없는 욕망과 집착으로 인해 불행해질 수밖에 없는 소유의 삶을 버리고, 자기 내면의 평화와 행복을 중시하는 존재의 삶을 살라고 충고한다. 하지만 물질적 소유욕을 부추기는 소비사회에서 이를 실천하기란 쉽지 않기 때문에 이러한 존재적 양식을 추구하고자 하는 소비 행동에 대한 관심이 필요하다고 하였다(Fromm 1999). 앨런 패닝턴(2011)은 매슬로의 욕구 5단계 설로 소비자의 욕구와 행동 양식에 근본적인 변화를 설명하고 있다. 4단계인 자아존중의 욕구는 과시적인 소비주의를 통해 충족된다고 보았으며, 창조성, 자발성, 편견 없는 너그러움, 사실 수용, 내재 가능성과 의미, 가장 중요한 도덕성에 대한 욕구가 포함된 5단계인 자아실현의 욕구로 진입하면서 자기실현과 도덕이라는 더 높은 단계를 추구하기 때문에 더욱 사려 깊은 소비패턴으로 대체된다고 보았다(Fairnington 2011). 소비주의 패러다임 속에서 자연은 인간의 목적을 위해 개발될 자원의 저장고라 가정되고, 인간은 자연과 분리되어 있으며, 더 많은 물질이 더 행복하게 만들어 주기 때문에 지속적인 성장이 더 좋은 것이라고 여겨왔지만, 소비주의로 인한 무분별한 소비가 지구 환경에 위기를 초래한다는 생태학적 위기 인식, 과도한 소비로 경제적 불평등이 조장되는 사회 분위기, 소비를 통한 욕구 추구로 지속해서 기대수준이 상승하면서 끊임없는 결핍에 직면하면서 소비자는 지속가능한 삶과 사회를 위해 새로운 소비 문화적 패러다임을 요구하게 되었다.

이러한 흐름 속에 최근에는 의도적으로 소비를 자제하는 소비 행동이 나타나고 있다(Lee & Ahn 2016). 소비절제(anti-consumption) 소비 행동은 사전적으로는 반(反)소비 혹은 소비거부 등으로 표현할 수 있으나, 내용상으로 보면 자발적으로 소비거부를 통해 소비를 줄이는 행동을 의미한다(Choi & Park 2017). 어려운 경제 형편으로 인한 경제적 동기나 본인의 신념에 따른 개인적, 사회적 동기 등에 따라 소비절제 소비 행동 유형이 다르지만(Seegebarth et al. 2016), 소비절제 소비 행동은 경제적 이유로 근검절약하거나 비자발적으로 소비를 절제하는 것이 아니라 풍요한 소비사회에서 구매력을 보유한 소비자가 소비를 회피하거나 거부하는 현상으로 대량생산, 과잉 마케팅에 스트레스를 느낀 소비자들이 소비에 대한 흥미를 상실하고 소비를 줄이는 현상을 말한다(Choi et al. 2011). 소비절제 소비 행동은 삶의 방식의 융통성, 타인에 대한 배려, 환경에 대한 고려를 통해 자기 가치 확인을 하려는 소비자의 욕구 변화에 기인한다. 소비절제 소비 행동은 지속가능성(sustainability)의 관점으로 소비절제 소비 행동을 이해할 수 있으며(Prothero et al. 2011; Agarwal 2013), 소수 소비자의 작은 흐름에서 전반적인 큰 흐름으로 변화하고 있다(Choi 2011).

소비사회의 물질주의와 소유적 양식의 삶을 극복하기 위한 소비 가치 함양을 위해 소비절제 소비 행동에 대한 연구가 필요하다. 선행 연구에서는 근검절약 관점에서 소비 절제 소비 행동을 다루거나, 소비 절제 소비 행동을 규명하고 동기를 탐색하고자 하는 시도들이 이루어져 왔지만 다양한 영향 요인을 고려하여 소비 절제 소비 행동을 유형화하는 연구는 이루어지지 못했다. 본 연구에서는 지속가능성 관점에서 소비절제 소비 행동을 개념화하고, 소비절제 소비 행동을 유형화를 시도

하고, 소비절제 소비 행동에 영향을 미치는 변수들을 중심으로 유형화된 집단에 속할 가능성에 어떠한 영향을 미치는지를 예측하고자 한다. 소비절제 소비 행동의 유형화와 그 영향 변수들의 예측을 통해 지속가능한 소비 가치 함양을 위한 소비자 능력 개발 토대 형성과 소비자교육 기초자료 제공 및 방향 설정에 이바지할 수 있으리라 본다.

II. 이론적 배경

1. 소비절제 소비 행동

20세기 후반 소비사회의 물질주의적 생활방식과 소비문화가 자원고갈이나 환경문제 등을 초래하고, 소비에 사로잡힌 왜곡된 삶에 대한 여러 가지 문제 등이 제기되면서 기존의 생활방식의 전환 필요성에 논의와 공감이 이루어지면서 소비절제 소비 행동에 대한 관심이 나타났다(Choi & Park 2017). 소비절제 소비 행동과 관련된 연구는 근검절약을 중심으로 이루어지다 환경적 동기에 의한 사회적 차원의 자원 절약 및 소비 행동으로 확대되면서 다양한 연구들(Roh & Kim 2002; You 2002; Hong et al. 2004; Lee et al. 2008; Kim & Kye 2010; Lee & Lim 2010; Song et al. 2016)이 수행되어 왔고, 최근에는 소비 절제 동기 및 소비 행동에 대한 연구들(Iyer & Muncy 2009; Lee et al. 2009; Albinsson et al. 2010; Ozanne & Ballantine 2010; Lee et al. 2011; So 2011; Portwood- Stacer 2012; Hutter & Hoffmann 2013; Basci 2014; Nepomuceno & Laroche 2015; Lee & Ahn 2016; Leipämaa-Leskinen et al. 2016; Sung 2016; Choi & Park 2017)이 이루어지고 있다.

소비절제 소비 행동에 대한 학자들의 정의를 살펴보면, Zavestoski(2002)는 소비 저항(against consumption) 또는 소비거절로 바라보았으며, Journal of Business Research 편집부(2009)는 친 사회적 운동보다 소비 저항 이유에 초점을 맞추어야 한다고 보았다. Lee et al.(2011)은 물건을 소유하고 사용하는 일반적 소비 행동을 억제하는 것, Choi et al.(2011)는 소비절제는 풍요한 소비사회에서 구매력을 보유한 소비자가 소비를 회피하거나 거부하는 현상으로 대량생산, 과잉 마케팅에 스트레스를 느낀 소비자들이 소비에 대한 흥미를 상실하고 소비를 줄이는 현상으로 정의하였다. So (2010), Park & Choi(2015), Seegebarth et al.(2016)은 소비절제 소비 행동을 反(negative) 구매 행동, Sung (2016)은 소비절약, 소비조절 등과 유사하며 과잉소비, 과소비와 반대되는 의미를 지닌다고 하였고, Choi & Park(2017)은 소비거부를 통해 소비를 줄이는 행동을 의미한다고 정의하였다. 소비절제 소비 행동은 녹색 소비 혹은 양심적 소비와는 차별화된 의미를 지니며 (Black 2010), 소비자가 자발적으로 소비를 거부하고 절제하고자 하는 소비 행동으로 이해할 수 있다.

2. 소비절제 소비 행동 유형

Iyer & Muncy(2009)는 대중 소비사회에 반하는 또 하나의 운동으로 소비절제 운동이 이루어지고 있음을 설명하고, 소비를 거부하는 동기(개인 소비성향 표현과 사회적 가치 실현)와 대상(소비 전반과 특정 제품이나 브랜드)을 기준으로 소비절제 소비 행동을 4가지 유형으로 구분하여 설명하고 있다(Fig. 1). 특정 제품이나 브랜드와의 관계에서 발생한 강력한 부정적 체험으로 특정 대상의 소비를 거부하는 소비 행동(anti- loyal consumer: AL), 사회적 이념을 바탕으로 특정 상품, 브랜드의 소비를 고발하고 반대하는 행동(market activists: MA), 소비로 인한 사회/환경 문제 해결을 위한 소비절제 소비 행동(global impact: GI), 소비 행동, 과잉 기능, 과잉 정보가 소비의 피로와 스트레스를 유발하여 오히려 소비 욕구를 축소해 물질적 소비보다 정신적 만족, 자아실현을 중시하면서 기부, 검소함과 단순한 생활을 추구하는 소비 행동(simplifiers: S)이다. AL형이나 MA형은 특정 상품에 대한 보이콧 등으로 보편적으로 다루어져 왔으나 최근에는 그 영역을 특정 상품이나 상표의 보이콧을 넘어선 전반적인 소비에서의 소비절제 소비 행동에 관심을 두고 그 동기를 개인적 동기와 사회적 동기로 구분하여 설명하고 있다.

Choi et al.(2011)는 Iyer & Muncy(2009) 연구를 토

		Purpose of anti-consumption	
		Societal concerns	Personal concerns
Object of anti-consumption	General (All consumption)	Global impact (GI)	Simplifiers (S)
Object of anti-consumption	Specific (Individual brands or products)	Market activists (MA)	Anti-loyal consumer (AL)

Fig. 1. Four types of anti-consumers (Iyer & Muncy 2009).

대로 기업의 시각에서 소비절제 소비 행동을 안티소비(혹은 反소비)란 용어를 사용하여, 안티소비 행동을 대상(소비 전반/ 특정 제품 · 브랜드)과 동기(개인소비성향/ 사회적 가치 실현)에 따라 피로형, 계몽형, 트라우마형, 감시 · 고발형 4가지 유형으로 분류하였다. 피로형은 과잉기능, 과잉정보가 소비의 피로와 스트레스를 유발하여 오히려 소비 욕구를 축소하는 현상, 트라우마형은 개인의 경험, 선입견이 특정 대상의 소비를 거부하는 것으로 특정 제품이나 브랜드와의 관계에서 발생한 강력한 부정적 체험이 향후 소비에 영향을 미치는 것, 계몽형은 소비로 인한 사회 · 환경 문제 해결을 위해 안티소비에 동참하는 것으로 SNS 및 온라인의 발달로 소비자의 동참이 두드러지고 있다고 보았으며, 감시 · 고발형은 증가하면서 사회적 이념을 바탕으로 기업 윤리성, 진실성을 중시하는 소비자가 특정 상품, 브랜드의 소비를 반대하는 현상이다.

Albinsson et al.(2010)은 소비절제 소비 행동이 경제적 동기 등으로 인해 비자발적으로 발생한다고 설명하면서, 자발적과 비자발적, 적극적과 비적극적, 불매와 저항 운동으로 소비절제 소비 행동을 구분하였다. Nepomuceno & Laroche(2015)와 Sung(2016)는 라이프스타일로 소비절제 소비 행동 유형을 구분하였다. Nepomuceno & Laroche(2015)은 검소한 생활방식(frugality), 자발적 간소화(voluntary simplicity)와 강박적 절제(tightwadism)로 나누었으며 이들의 동기가 각각 다르다고 하였다. Sung(2016)은 소비절제 라이프스타일을 자발적, 부분적인 자발적, 비자발적 발생의 관점으로 8가지 유형으로 분류하고 있다. 자발적 소비절제 유형으로 근검절약, 재무관리, 자발적인 간소화, 자급자족형, 환경문제 예방을 위한 소비절제가 있고, 부분적인 자발적 소비절제 유형으로 선택적 소비절제, 비자발적인 소비절제 유형으로 경제적 부족과 강박적 소비절제로 분류하였다. Kahn(2017)은 소비절제 태도와 물질주의 태도를 중심으로 그 정도에 따라 4가지 소비절제 유형을 구분하였다. 높은 소비절제 태도와 낮은 물질주의 태도형(23%), 높은 소비절제 태도와 높은 물질주의 태도형(25%), 낮은 소비절제 태도와 높은 물질주의 태도형(15%), 낮은 소비절제 태도와 낮은 물질주의 태도형(38%)으로 구분하였다.

이상의 연구들을 통해 본 연구에서는 소비절제 소비 행동을 비자발적이거나 경제적 동기보다는 소비자가 자발적으로 생활 전반에서 소비를 거부하면서 사회적 가치를 실현하고 개인 소비성향을 나타내는 소비 행동으로 지속가능성의 관점에서 소비절제 소비 행동에 접근하고자 하며, Iyer & Muncy(2009)가 제시한 소비절제 소비 행동을 유형 중 소비 전반을 대상으로 하는 GI(global impact)와 S(simplifiers) 유형을 설명하는 개념을 적용하여 소비절제 소비 행동 유형화를 시도하고자 한다.

3. 소비절제 소비 행동 영향 요인

선행연구에 따르면 소비절제 소비 행동은 물질주의(materialism), 행복(well-being), 자아실현(self-actualization), 진정성(authenticity), 환경 의식(environmental awareness) 등과 관련 있다. Iyer & Muncy(2009), Lee et al.(2009), Kozinets et al.(2010), Kaynak & Eksi(2011), Chatzidakis

& Lee(2013)은 물질주의가 소비절제 소비 행동과 상반된다고 주장하였으며, Sung(2017)은 물질주의 성향을 낮출수록 자발적 소비절제 성향은 증진된다고 하였다. 물질주의자들이 소유를 통해 행복을 찾는다면 소비절제를 추구하는 소비자들은 비물질적인 것(non-materialistic source)을 통해 행복을 추구한다(Shaw & Newholm 2002; Zavestoski 2002; Cherrier 2009; Iyer & Muncy 2009; Lee et al. 2009; Lee & Ahn 2016). Lee & Ahn(2016)은 물질주의가 소비자의 행복을 감소시킨다는 가정 하에 소비절제 소비 행동과 물질주의, 행복과의 관계를 온라인 블로그, 포럼, 웹사이트를 내용분석을 통해 분석한 결과 소비절제 소비 행동이 행복과 상관관계가 있음을 보고하였으며, Sung(2016)는 소비절제 라이프스타일이 행복을 증진한다고 하였다. Choi & Park(2017)은 행복이 소비절제 소비 행동에 영향을 미치며, Kahn(2017)은 소비절제 태도와 행복의 하위요인인 삶의 만족과 긍정적 감정이 관계가 있다고 하였다.

자발적으로 간소하게 소비하고자 하는 소비절제 소비 행동은 자아실현 욕구로 동기화되며 비물질적인 간소한 소비를 추구하는 것으로 진정한 삶을 살고 싶어 한다(Zavestoski 2002). Choi et al.(2011)는 산업화와 기술발전으로 인한 공급과잉, 기업의 과도한 마케팅이 소비에 대한 관심과 흥미를 억제하는 반작용을 유발하며, 오늘날의 소비자들이 집단적 소비 열풍을 유발하는 스놉, 밴드왜건 사이클에서 이탈하여 가족, 자아실현 등 본질적 가치에서 행복을 추구하기 때문에 소비절제 소비 행동을 한다고 하였다. Iyer & Muncy(2009), Choi & Park(2017)은 자아실현이 소비절제 소비 행동에 영향을 미친다고 밝혔다. Zavestoski(2002), Cherrier (2009), Lee et al.(2009), Agrwal(2013) 등 연구자들은 소비절제 소비 행동이 진정성 있는 삶을 이끌어 준다고 보았으며, Khan(2017)은 소비절제 태도와 진정성이 상관관계가 있으며, Choi & Park(2017)은 진정성은 소비절제 소비 행동에 영향을 미친다고 하였다.

Iyer & Muncy(2009), Black & Cherrier(2010), Chen & Chai(2010), García-de- Frutos et al.(2016), Kahn(2017), Choi & Park(2017)은 친환경성에 따른 지속가능한 삶을 추구하는 것이 소비절제 소비 행동과 관계가 있다고 설명하며, Craig-Lees & Hill(2002), Huneke(2005), Cherrier(2009), Ballantine & Creery (2010), Alexander & Ussher(2012), Walther & Sandlin (2013), Zamwel et al.(2014)은 환경 의식과 자발적으로 간소한 소비를 실천하는 소비절제 소비 행동이 관련이 있음을 주장하고 있다. Kahn(2017)과 Choi & Park(2017)은 실증적 분석을 통해 환경 의식이 높을수록 소비절제 소비 행동이 높다고 하였다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구 문제와 측정 도구

본 연구를 위한 연구 문제는 다음과 같다.

연구 문제 1. 소비자의 소비절제 소비 행동은 어떤 유형으로 분류되는가?

연구 문제 2. 소비자의 소비절제 소비 행동 유형에 관련 변인(물질주의, 행복, 자아실현, 진정성, 환경 의식)의 예측 요인은 어떠한가?

소비절제 소비 행동과 관련 영향 변인을 파악하기 위해 관련 문헌을 통한 이론적 고찰을 통해 구성 개념과 관련 변인들을 고찰하였으며, 이를 토대로 소비절제 소비 행동에 관심 있는 소비자 5명을 대상으로 2017년 12월 15일에 F · G · I를 실시하여 그 결과를 측정도구 구성에 반영하였다. 소비절제 소비 행동은 Iyer & Muncy(2009), Sung(2016), Khan(2017)의 연구, 물질주의는 Richins & Dawson(1992)의 연구, 행복은 Suh & Koo(2011)이 제시한 단축형 행복척도, 자아실현은 Iyer & Muncy(2009), Choi & Park(2017)의 연구, 진정성은 Wood et al.(2008), Khan(2017)의 연구, 환경 의식은 Hansla et al.(2008), Choi & Park(2017), Khan (2017)의 연구에서 제시한 문항을 참고하여 척도를 구성하였다. 이렇게 구성된 척도는 소비자학 전문가 집단을 통해 내용타당도를 검증하였으며, 2018년 1월 10일부터 1월 25일까지 일반 성인 소비자 30명을 대상으로 예비조사를 하였고, 이를 통해 수정 · 보완하여 최종

척도를 완성하였다. 각 문항은 점수가 높을수록 소비절제 소비 행동에 대한 동의 수준이 높은 5점 Likert 척도로, 행복척도는 7점 Likert 척도로 구성되었다. 수렴된 문항에 대한 신뢰도 분석 결과와 각 변인의 기술통계 값은 Table 1에 제시되어 있다.

Table 1. Reliability analysis and descriptive result

Variables	Items number	Cronbach's α	M(SD)
Anti-consumption	14	0.81	3.12(0.34)
Materialism	6	0.79	3.21(0.73)
Well-being	6	0.88	5.10(0.64)
Self-actualization	3	0.68	3.26(0.62)
Authenticity	6	0.68	3.79(0.63)
Environmental awareness	8	0.87	4.24(0.67)

소비절제 소비 행동은 소비절제 소비 행동을 유형 중 Iyer & Muncy(2009)가 제시한 소비 전반을 대상으로 하는 GI(global impact)와 S(simplifiers) 개념과 Sung(2016), Khan(2017)의 연구를 토대로 지속가능성의 관점에서 소비절제 소비 행동 유형 분류를 위한 항목을 구성하였으며, 소비절제 소비 행동에 관심 있는 소비자 5명을 대상으로 F · G · I를 실시하여 그 결과를 항목 구성에 반영하였다. 총 14개의 항목이 도출되어 베리멕스(Varimax) 방법으로 요인분석을 통해 요인적재치값 0.5와 고유값 1.0 기준으로 항목을 정제하였다. 그 결과 4개의 항목이 제거되고 총 2개의 요인이 도출되어 요인별 항목들의 Cronbach's α 값을 확인한 결과 적절한 신뢰도를 갖추었다고 판단하였다. 요인분석의 구체적 내용은 Table 2와 같다.

소비절제 소비 행동 요인1은 '사회와 환경을 고려한 소비절제(global impact consumer: GI)'로 명명하였으며, 요인1로 수렴된 이 항목들(GI)은 사회와 지구의 자연환경을 위해 소비수준을 낮추는 것에 관심을 두고 소비절제 소비 행동을 하고자 하는 성향을 나타내고 있다. 요인2는 '간소화한 삶의 소비절제(voluntary simplicity: VS)'으로 명명하였으며, 요인2로 정제된 항목들(VS)은 물질적이고 고도화된 소비사회에서 더욱 단순한 삶을 추구하고 싶어 덜 소비적인 것에 관심을 두고 소비절제 소비 행동을 하는 경향을 보인다.

2. 자료수집과 분석방법

본 연구는 성인 소비자를 대상으로 온라인 설문 조사를 실시하였다. 조사는 전국 20~50대 일반 성인 소비자를 대상으로 온라인 조사기관 (주)마이크로밀 엠브레인(http://www.embrain.com)을 통해 2018년 3월 9일~3월 15일까지 실시하였으며, 성별 및 연령을 고려하여 유의 할당으로 연구대상을 표집으로 조사하였다. 본 조사의 응답자는 430명이었으며, 부실응답을 제외

Table 2. Factor analysis result

Variables	Statements	Factor1	Factor2	Cronbach's α
Global impact consumer (GI)	I make specific efforts to buy products made out of recycled material	0.83	0.10	0.76
	I try to recycle as much as I can.	0.82	0.09	
	I make specific efforts to can't use disposable items as much as I can.	0.76	0.21	
	I try to consume less for reducing environmental pollution	0.69	0.04	
	Given the choice, I would rather buy organic food.	0.64	0.16	
Voluntary simplicity (VS)	I am looking for a simple lifestyle.	0.11	0.79	0.75
	I make specific efforts to planned buying.	0.07	0.78	
	"Waste not, Want not" is a philosophy I follow.	0.04	0.75	
	I make specific efforts to take public transportation.	0.21	0.68	
	I'm more interested personal growth and achievement than material possessions	0.20	0.59	

한 총 422명의 자료를 최종분석에 사용하였다. 연구대상자의 구체적 인구통계학적 특성은 Table 3과 같다.

수집된 자료는 SPSS ver. 21.0(IBM Co. Armonk, NY, USA) 통계 프로그램을 이용하여 분석하였다. 소비절제 소비 행동 및 관련 변인에 대해 요인분석을 시행하고, 수렴된 문항을 중심으로 각 문항 간 신뢰도 Cronbach α 값을 파악하였다. 연구대상자의 인구통계학적 특성과 관련 변인들의 경향을 파악하기 위해 빈도분석과 기술통계를 실시하였다. 소비절제 소비 행동 유형화를 위해 Ward 방법을 통해 적절한 군집의 수를 탐색한 후 K-평균법을 활용한 군집분석을 실시하였으며, 군집분석의 타당성을 검토하기 위해 판별분석을 실시하였다. 군집으로 유형화된 집단에 대해 관련 변인에 따른 차이를 분석하기 위해 분산분석을 실시하였다. 구분된 소비절제 소비 행동 군집 유형별 영향 요인의 특성을 파악하고 비교하기 위해 기준집단을 중심으로 다항 로지스틱 회귀분석(multinomial logistic regression)을 실시하였다.

Table 3. Subjects demographic characteristics (N=422)

	Characteristics	N	%
Gender	Male	210	49.7
	Female	212	50.3
Age (M=39.73)	20-29	104	24.6
	30-39	102	24.2
	40-49	106	25.1
	50-59	110	26.1
Education	≤High school	78	18.5
	College graduation	63	14.9
	University college graduation	241	57.1
	Graduated school≤	40	9.5
Income/month (unit :₩10,000) (M=295.18)	200↓	98	23.2
	300↓	134	31.8
	400↓	76	18.0
	500↓	59	14.0
	500↑	55	13.0

IV. 결과 및 고찰

1. 소비절제 소비 행동 유형 분류

소비절제 소비 행동을 예측하기 위해 사회와 환경을 고려한 소비절제(GI)와 간소화한 삶의 소비절제(VS)를 중심으로 군집분석을 통해 소비자를 유형화하였다. Ward 방법을 통해 적절한 군집의 수를 탐색한 후, K-평균법을 통해 2개 집단에서 5개 집단까지 다양한 시도결과 3개 집단으로 군집의 수를 결정하였다. 군집분석을 통해 나타난 군집의 타당성을 검증하기 위해 분류된 군집과 사회와 환경을 고려한 소비절제(GI)와 간소화한 삶을 위한 소비절제(VS)를 중심으로 판별분석을 실시하였다. 군집의 수를 3으로 한 결과, 한 집단에 집중되지 않고 각 집단에 비교적 골고루 군집을 형성하여 최종적으로 군집의 수를 3으로 결정하고 3개의 군집으로 유형화하였다.

Table 4에 제시된 바와 같이 사회와 환경을 고려한 소비절제(GI)와 간소화한 삶을 위한 소비절제(VS)에 따라 소비자는 세 집단으로 유형화되었다. 집단1은 사회와 환경을 고려한 소비절제(M=3.96)와 간소화한 삶을 위한 소비절제(M=4.05)가 모두 높은 것으로 나타나 '적극적 집단'으로 명명하였으며, 이 집단에 속하는 소비자는 140명(33.2%)으로 나타났다. 집단2는 사회와 환경을 고려한 소비절제(M=3.10)와 간소화한 삶을 위한 소비절제(M=3.12)가 보통 수준인 것으로 나타나 '중간 집단'으로 명명하였으며, 이 집단에 속하는 소비자는 145명(34.7%)으로 조사대상자 중 가장 높은 비율을 보였다. 집단3은 사회와 환경을 고려한 소비절제(M=2.32)와 간소화한 삶을 위한 소비절제(M=2.37)가 모두 낮은 것으로 나타나 '소극적 집단'으로 명명하였으며, 이 집단에 속하는 소비자는 137명(32.5%)'으로 나타나 가장 낮은 비율을 보였지만, 세 집단이 거의 비슷한 비율을 보인다.

군집 유형화의 타당성을 검증한 결과는 Table 5와 같다. 공분산 행렬과 Box's M 검증 결과 유의수준이 0.05보다 높은 것으로 나타나 공분산 행렬의 동일성 가정을 충족하였으며, 두 함수의 Wilks' Lambda 값의

X^2 값이 통계적으로 유의한 것으로 나타나 두 개의 판별함수가 통계적으로 유의적인 차이가 있는 세 집단으로 구분되었다. 표준화 정준 판별함수계수와 구조행렬을 살펴본 결과 GI와 VS의 판별적재 값이 ± 0.30이상으로 나타나 판별함수에도 큰 영향을 미치고 있었다. 실제 소속집단과 분류함수에 의한 예측 소속집단을 살펴본 결과 전체 집단의 교차 유효 값(hit ratio)이 98.4%로 나타나 판별력이 높았다.

2. 소비절제 소비 행동 유형별 예측 요인

3개 집단으로 유형화한 각 군집유형에 대한 예측요인을 비교 분석하기 위해서 성별, 연령, 소득, 물질주의, 행복, 자아실현, 진정성, 환경 의식을 중심으로 다항 로지스틱 회귀분석을 실시하였으며 그 결과는 Table 6과 같다. 본 연구에서는 소비절제 소비 행동에 적극적 집단(집단1)과 소극적 집단(집단3)의 특성을 비교 파악하는 것이 더 의미 있다고 판단하여 중간 집단(집단2)을 비교집단으로 선정하였다. 적극적 집단에 속한 140명 중 129명(92.4%), 중간 집단으로 분류된 145명 중 127명(87.6%), 적극적 집단에 속한 137명 중 117명(85.2%)이 제대로 분류되었으며 분류정확도는 88.4%로 나타났다. 우도비(likelihood ration) 검증을 통해 모형 적합도를 판단한 결과, 이 모형에 포함된 독립변수들의 영향력이 통계적으로 유의미하게(X^2= 185.25, $^{***}p<0.001$) 나타나 본 연구 모형은 적합한 것으로 검증되었다.

중간 집단(집단2)과 비교해 적극적 집단(집단1)으로 속할 가능성을 높여주는 특성 요인으로는 연령(B= 0.47), 물질주의(-0.86), 행복(B=0.38), 자아실현(0.48), 환경 의식(0.98)인 것으로 나타났다. 연령이 1살 많아질수록 중간 집단(집단2)에 비해 적극적 집단(집단1)으로 속할 가능성이 1.44배 높은 것으로 나타났다. 물질주의가 낮을수록, 행복하다고 느낄수록, 자아실현에 대한 인식이 높을수록, 환경 의식이 높을수록 중간 집단(집단2)에 비해 적극적 집단(집단1)으로 속할 가능성이 높은 것으로 나타났다.

중간 집단(집단2)과 비교해 소극적 집단(집단3)으로 속할 가능성을 높여주는 특성 요인으로는 물질주의(0.79), 진정성(-0.57), 환경 의식(-0.49)인 것으로 나타났다. 물질주의가 높을수록 소극적 집단(집단3)으로 속할 가능성이 높은 것으로 나타났다. 진정성이 낮을수록, 환경 의식이 낮을수록 중간 집단(집단2)과 비교해 소극적 집단(집단3)으로 속할 가능성이 높은 것으로 나타났다. 물질주의와 환경 의식은 중간 집단(집단2)과 비교해 적극적 집단(집단1)과 소극적 집단(집단3)으로 속할 가능성을 높여주는 공통적 특성 요인인 것으로

Table 4. Classification type of anti-consumption

	Group 1: Proactive group (n=140)	Group 2: Medium group (n=145)	Group 3: Passive group (n=137)	Total (n=422)	F
GI	3.96(0.36)[a]	3.10(0.38)[b]	2.32(0.43)[c]	3.13(0.50)	110.63***
VS	4.05(0.40)[a]	3.12(0.30)[b]	2.37(0.38)[c]	3.18(0.32)	484.50***

***p<0.001

Table 5. Discriminant analysis result

Function	Wilks' Lambda	X^2	Standardized canonical discriminant function coefficient		Hit ratio
			GI	VS	
1	0.19	526.06***	0.57	0.84	98.4
2	0.89	0.56*	0.94	0.74	

*p<0.05, ***p<0.001

Table 6. Influential factors analysis of the related variables

Variable		Proactive group vs. Medium group			Passive group vs. Medium group		
		B	S.E.	OR	B	S.E	OR
Gender(Male)		0.44	0.33	1.55	−0.52	0.37	0.78
Age		0.47**	0.14	1.44	0.25	0.14	1.28
Education (≤High school)	College graduation	0.01	0.01	0.76	0.01	0.01	0.81
	University college graduation	0.31	0.23	0.91	−0.43	0.15	0.35
	Graduated school≤	0.41	0.31	0.95	−0.42	0.27	0.32
Income		−0.02	0.01	0.98	0.01	0.01	1.01
Materialism		−0.86***	0.23	2.47	0.79**	0.24	1.98
Well-being		0.38*	0.18	1.19	0.20	0.18	1.22
Self-actualization		0.48**	0.23	1.47	−0.11	0.24	0.90
Authenticity		0.05	0.38	1.05	−0.57*	0.40	1.38
Environmental awareness		0.98***	0.33	3.55	−0.49**	0.28	1.74
(Constant)		−4.69**	2.00		−1.22**	1.82	
X^2						185.25***	
−2 Log likelihood						525.29	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

나타나 소비절제 소비 행동을 예측하는데 매우 중요한 요인으로 볼 수 있다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 지속가능성 관점에서 소비절제 소비 행동을 개념화하여 소비절제 소비 행동을 유형을 파악하고, 소비절제 소비 행동 집단 유형별로 관련 변인들(물질주의, 행복, 자아실현, 진정성, 환경 의식 등)의 예측 정도를 분석하고자 하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

소비절제 소비 행동은 사회와 환경을 고려한 소비절제(GI)와 간소화한 삶의 소비절제(VS)로 개념화되었으며, 이 두 개념을 중심으로 소비절제 소비 행동을 유형화한 결과, GI와 VS가 모두 높은 적극적 집단(33.2%: 집단1), GI와 VS가 보통 수준을 보인 중간 집단(34.7%: 집단2), GI와 VS가 모두 낮은 소극적 집단(32.5%: 집단3) 세 집단으로 유형화되었다. 다항로지스틱 회귀분석을 통해 각 군집유형에 대한 예측 요인을 분석한 결과, 중간 집단(집단2)과 비교해 적극적 집단(집단1)으로 속할 가능성을 높여주는 특성 요인으로는 연령, 물질주의, 자아실현, 행복, 환경 의식인 것으로 나타났다. 연령이 높아질수록, 물질주의가 낮을수록, 자아실현을 높게 인식할수록, 행복하다고 느낄수록, 환경 의식이 높을수록 적극적 집단(집단1)으로 속할 가능성이 높은 것으로 나타났다. 소극적 집단으로 속할 가능성을 높여주는 특성 요인으로는 물질주의, 진정성, 환경 의식인 것으로 나타났다. 물질주의가 높을수록, 진정성을 낮게 인식할수록, 환경 의식이 낮을수록 소극적 집단(집단3)으로 속할 가능성이 높은 것으로 나타났다. 적극적 집단과 소극적 집단으로 속할 가능성을 높여주는 공통적 특성 요인은 물질주의와 환경 의식인 것으로 나타났다.

이상의 연구 결과를 통한 논의와 시사점은 다음과 같다. 첫째, 소비절제 소비 행동은 지속가능성의 관점에서 생활 전반에서 소비를 절제하면서 사회적 가치를 실현하는 것으로 이해할 수 있다. 소비절제 소비 행동에 대한 동기는 다양한지만 자발적으로 소비절제 소비 행동을 하는 것은 보다 의미 있는 소비 행동에 대한

관심과 실천을 중요시하며, 환경적, 사회적 염려와 책임감에서 비롯되거나 개인적 가치와 신념에 따른 의식적인 의사결정의 결과로 발생한다(Kozinets et al. 2010). 자발적 간소화는 비자발적 간소화와 달리 경제적 수준이 높은 사회에서 개인의 선택에 의해 자발적으로 간소한 라이프스타일을 추구한다는 특징이 있으며(Song 1999), 소비절제 소비 행동을 한다는 것이 은둔자가 된다거나 물질적 소비를 포기하는 것을 뜻하지 않는다(Iyer & Muncy 2009). 자발적 소비절제 소비자들이 물질에 대한 욕구가 반드시 낮다고 할 수는 없지만(Lee & Ahn 2016), 환경과 사회에 미치는 영향에 대한 높아진 소비자의 경각심과 소비중심 생활방식에 대한 피로감과 스트레스, 소비나 소유에 대한 과도한 집착이 행복한 삶을 부정적 영향을 줄 수 있다고 여겨 소비절제 소비 행동을 추구한다. 소비절제 소비 행동은 더 지속가능한 사회로 이끌며(Black 2010), 소비절제 소비 행동 뿐 아니라 지속가능성을 추구하는 다양한 소비 행동은 자연과 타자에 대한 이해, 관계 지향, 자연과 인간 모두의 삶의 능력 회복에 기여할 수 있다(Choi & Park, 2017). 소비절제 소비 행동은 소비사회에 나타날 수 있는 부정적 영향을 줄이고 소비 행동에 대해 소비자 스스로가 책임감을 느끼고 실천하므로 건전한 소비문화의 질적 발전에 기여할 수 있는 미래지향적인 소비문화의 양상으로 이해해야 한다.

둘째, 유형화한 집단의 상이한 특성을 고려해 소비절제 소비 행동 관련 변인에 따른 효과적인 소비자교육 전략과 방향성을 제공할 수 있다. 연구 결과, 물질주의와 환경 의식은 소비절제 소비 행동에 대한 적극적 집단과 소극적 집단으로 속할 가능성을 높여주는 공통적 특성 요인인 것으로 나타나 소비자교육에서 물질주의를 낮추고 비물질주의적 가치를 함양하고 환경 의식을 향상할 수 있도록 내면화와 실천성을 강조해야 한다. 물질주의 성향이 높은 사람들이 물질주의 성향이 낮은 사람들에 비해 덜 행복하며(Kasser et al. 2014), 도구적인 인간관계를 맺는 경향이 더 강하며(Park et al. 2012; Kasseret al. 2014), 질투심도 높고, 관대하지도 않고, 소유에 집착하는 성향을 보이며, 과시적 소비, 강박구매, 충동구매 등과 관련이 높은 것(Dittima 2005; Podoshen & Andrzejewski 2012)으로 보고되고 있으므로 소비절제 소비 행동이 내포하고 있는 비물질주의적 가치를 강조하여 물질주의를 극복하고 소비자의 존재적인 삶을 지향할 수 있도록 해야 한다. 그리고 환경의식은 물질주의와 관계가 깊어(Iyer & Muncy 2009; Kaynak & Eksi 2011) 소비절제 소비 행동뿐 아니라 물질주의 감소에도 기여하고, 소비자의 지속가능한 삶에도 중요한 역할을 하므로 소비자교육에서는 환경 의식이 일관성 있게 유지되고 발현될 수 있도록 실천성에 보다 중점을 두어야 할 것이다.

셋째, 행복과 자아실현을 높게 인식할수록 보다 적극적으로 소비절제 소비 행동을 하며, 삶에 대한 진정성이 낮을수록 소비절제 소비 행동에 소극적인 것으로 나타나 소비자가 삶에 대해 느끼는 행복, 자아실현, 진정성에 대한 소비자교육이 필요하다. 소비자교육이 소비자 의사결정과 소비의 현상에서 바람직한 방향성을 제시해왔다면 행복한 삶을 위한 소비 생활에 대한 성찰과 가치지향적인 소비자교육이 이루어질 수 있도록 해야 할 것이다. 물질주의와 환경 의식은 소비자교육에 더 가시적으로 적용하고 방향성을 제시할 수 있지만, 더욱 내면적인 소비자 개인의 삶의 태도와 가치를 반영하고 있는 행복, 자아실현, 진정성을 함양하기 위해서는 소비를 통한 욕구와 욕망 추구보다는 삶에 대한 본질적인 것에 관심을 가질 수 있는 소비문화가 형성되고 확산되어야 할 것이다. 소비자가 진정으로 원하는 것이 무엇이며 진정으로 중요한 것이 무엇인지에 집중한다면 삶을 더욱 단순화하고 덜 소비하면서 자연과 인간이 공존하는 삶 속에서 행복한 소비가 가능할 것이다.

본 연구는 소비절제 소비 행동을 유형화하고 그 영향 변수에 대해 예측을 통해 지속가능한 소비가치 함양을 위한 소비자능력 개발의 토대를 제공 및 소비자교육 기초자료와 방향 설정에 지침을 제안하였다. 향후 연구에서는 질적 연구를 통해 소비절제 소비 행동 과정에서 만족과 감정, 동인 등을 고려하여 소비절제 소비 행동을 분석한다면 소비절제 소비 행동에 대한 보다 폭넓은 논의와 풍요로운 해석이 가능할 것으로 본다. 이러한

과정에서 소비절제 소비 행동을 추구하는 소비자들이 이미 물질의 소유를 통해 충분한 만족을 경험한 소비자인지 등 면밀한 분석을 통해 앞으로 소비자교육뿐 아니라 긍정적 소비문화 발전에 기여할 수 있을 것으로 본다.

References

Agarwal R(2013) Anti-consumption: a literature review. Proceedings of 3rd Biennial Conference of IAM, pp 1-22

Albinsson PA, Wolf M, Kopf DA(2010) Anti-consumption in East Germany: consumer resistance to hyperconsumption. J Cons Behav 9, 412-425. doi:abs/10.1002/cb.333

Alexander S, Ussher S(2012) The voluntary simplicity movement: a multi-national survey analysis in theoretical context. J Cons Cult 12(1), 66-86. doi:org/10.1177/1469540512444019

Ballantine PW, Creery S(2010) The consumption and disposition behaviour of voluntary simplifiers. J Cons Behav 9(1), 45-56. doi:org/10.1002/cb.302

Basci E(2014) A revisited concept of anti-consumption for marketing. Int J Bus Soc Sci 5(7), 160-168

Black IR(2010) Sustainability through anti-consumption. J Cons Behav 9(6), 403-411. doi:org/10.1002/cb.340

Black IR, Cherrier H(2010) Anti-consumption as part of living a sustainable lifestyle: daily practices, contextual motivations and subjective values. J Cons Behav 9(6), 437-453. doi:abs/10.1002/cb.337

Chatzidakis A, Lee MSW(2013) Anti-consumption as the study of reasons against. J Macromarket 62(2), 145-147. doi:org/10.1177/0276146712462892

Chen TB, Chai LT(2010) Attitude towards the environment and green products: Consumers' perspective. Manag Sci Engineer 4(2), 27-39

Cherrier H(2009) Anti-consumption discourses and consumer-resistant identities. J Bus Res 62(2), 181-190. doi:org/10.1016/j.jbusres.2008.01.025

Choi KS, Park MS(2017) A study on anti-consumption behavior of university student. J Consump Cult 20(3), 7-25. doi:10.17053/jcc.2017.20.3.002

Choi SH (2011) Anti-consumption becomes trend. SERI Quart 4(3), 117

Choi SH, Ju YM, Hong SY(2011) Why is anti-consumption noted?. SERI CEO information 803, 1-25

Dittmar H(2005) A new look at "compulsive buying": self-discrepancies and materialistic values as predictors of compulsive buying tendency. J Soc Clin Psychol 24(6), 832-859. doi:org/10.1521/jscp.2005.24. 6.832

Fairnington A(2011) The age of selfish altruism: why new values are killing consumerism. Seoul: Sungkyunkwan University Press, pp305-307

Fromm E(1999) To have or to be. 4rd ed. Seoul: Bumwoosa, pp124-149

García-de-Frutos N, Ortega-Egea JM, Martínez-del-Río J(2016) Anti-consumption for environmental sustainability: Conceptualization, review, and multilevel research directions. J Bus Ethics First Online: 2016, 1-25

Hansla A, Gamble A, Juliusson A, Gärling T(2008) The relationships between awareness of consequences, environmental concern, and value orientations. J Environ Psychol 28(1), 1-9. doi:org/10.1016/j.jenvp.2007.08.004

Hong SH, Rhee KH, Kwak IS(2004) The effects of urban housewives' environmental knowledge and family resource management attitude on family resource management behavior. Fam Environ Res 42(9), 67-83

Hutter K, Hoffmann S(2013) Carrotmob and anti-consumption. Same motives but different willingness to make sacrifices?. J Macromarketing 33(3), 217-231. doi:org/10.1177/0276146712470457

Iyer R, Muncy JA(2009) Purpose and object of anti-consumption. J Bus Res 62, 160-168. doi:org/10.1016/j.jbusres.2008.01.023

Journal of Business Research Editorial(2009) Anti-consumption: an overview and research agenda. J Bus Res (62), 145-147. doi:org/10.1016/j.jbusres.2008.01.021

Kasser T, Rosenblum AJ, Sameroff EL, Deci CP, Niemiec RM, Ryan OA′, Bond R, Dittmar H, Dungan N, Hawks S(2014) Changes in materialism, changes in psychological well-being: evidence from three longitudinal studies and an intervention experiment. Motiv Emot 38(1), 1-22

Kaynak R, Eksi S(2011) Ethnocentrism, religiosity, environmental and health consciousness: motivators for anti-consumers. Eur J Bus Econ 4(8), 31-50

Khan SY(2017) Anti-consumption and materialism in consumer behaviour: a value orientation perspective. Master's Thesis, Cardiff University

Kim KM, Kye SJ(2010) A study on the relationship between pro-environmental consumption consciousness and resource saving behavior of university students. J Korean Family Res Manag Assoc 14(4), 173-191

Kozinets RV, Handelman JM, Lee MSW(2010) Don'tread this; or, who cares what the hell anticonsumption is, anyways?. Consump Market Cult 13(3), 225-233. doi:org/10.1080/10253861003786918

Lee MSW, Ahn CSY(2016) Anti-consumption, materialism, and consumer well-being. J Cons Aff 50(1), 18-47. doi:org/10.1111/joca.12089

Lee MSW, Cherrier H, Roux D, Cova B(2011) Anti-consumption and consumer resistance: concepts, concerns, conflicts, and convergence. Eur J Mark 45(11/12), 1680-1687. doi:10.1108/ejm.2011.00745kaa.001

Lee MSW, Motion J, Conroy D(2009) Anti-consumption and brand avoidance. J Bus Res 62(2), 169-180. doi:org/10.1016/j.jbusres.2008.01.024

Lee SL, Park MH, Lee EY(2008) Consumer perceptions on the effects of electricity saving methods and electricity saving behavior. J Korean Home Manag Assoc 26(4), 1-12

Lee SL, Sohn SH, Park MH, Jung JW, Chun KH(2011) Happiness and conflict in consumption. J Cons Study 22(1), 139-166

Lee YH, Lim KC(2010) The effects of residential energy consumer's lifestyle on energy conservation behavior. J Product Res 28(4), 1-10

Leipämaa-Leskinen H, Syrjälä H, Laaksonen P(2016) Conceptualizing non-voluntary anti-consumption: a practice-based study on market resistance in poor circumstances. J Cons Cult 16(1), 255-278. doi:14695 40514521082

Nepomuceno MV, Michel L(2015) The impact of materialism and anti-consumption lifestyles on personal debt and account balances. J Bus Res 68(3), 654-664. doi:org/10.1016/j.jbusres.2014.08.006

Ozanne LK, Paul WB(2010) Sharing as a form of anti-consumption? an examination of toy library users. J Cons Behav 9(6), 485-498. doi:org/10.1002/cb.334

Park JO, Choi BG(2015) Study on the characteristics and effect of the anti-consumerism cultures -mainly with classification of campaign-. J Korea Design Knowl 33, 285-293

Park JY, Choi HW, Suh EK(2012) Low interpersonal trust increases materialism. Korean J Soc Psychol 26(1), 23-36

Podoshen JS, Andrzejewski SA(2012) An examination of the relationships between materialism, conspicuous consumption, impulse buying, and brand loyalty. J Market Theory Prac 20(3), 319-334. doi:org/10.2753/ MTP 1069-6679200306

Portwood-Stacer L(2012) Anti-consumption as tactical resistance: anarchists, subculture, and activist strategy. J Cons Cult 12(1), 87-105

Prothero A, Dobscha S, Freund J, Kilbourne WE, Luchs MG, Ozanne LK, Th ø gersen J(2011) Sustainable consumption: opportunities for consumer research and public policy. J Public Policy Mark 30(1), 31-38. doi:10.2307/23209250

Richins ML, Dawson S(1992) A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. J Cons Res 19, 303-319. doi:org/10. 1177/1469540512442029

Roh YL, Kim SL(2002) Study on environmental and recycling consciousness and behavior of consumers' recycling -focused on the unused clothing of unmarried working women-. Fam Environ Res 40(1), 163-178

Seegebarth B, Peyer M, Balderjahn I, Wiedmann KP(2016) The sustainability roots of anticonsumption lifestyles and initial insights regarding their effects on consumers' well-being. J Cons Aff 50(1), 68-99. doi:org/10.1111/joca.12077

Shaw D, Newholm T(2002) Voluntary simplicity and the ethics of consumption. Psychol Mark 19(2), 167-185. doi:org/10.1002/mar.10008

So BC(2011) The anti-consumptionism as a project of autonomy: a Criticism of our consumptionist lifestyle. Oughtopia 25(3), 127-153

Song HJ, Lee SH, Moon SJ(2016) The impact of ethical values on eco-friendly attitudes and behavioral intentions (recycling, reusing, reducing). J Environ Sci Inter 25(12), 1643-1651. doi:10.5322/JESI.2016.25.12.1643

Song IS(1999) A study on the voluntary simplicity life style. Fam Environ Res 37(11), 85-95

Suh EK, Koo JS(2011) A concise measure of subjective well-being(COMOSWB): scale development and validation. Korean J Soc Psychol 25(1), 96-114. doi:10.21193/ kjspp.2011.25.1.006

Sung YA(2016) A study on anti-consumption lifestyles for consumer happiness. J Cons Study 27(2), 233-254

Sung YA(2017) A study on anti-consumption and its determinants. Financ Plan Rev 10(2), 1-21

Walther CS, Sandlin JA(2013) Green capital and social reproduction within families practising voluntary simplicity in the US. Int J Consum Stud 37(1), 36-45. doi:org/10.1111/j.1470-6431.2011.01050.x

Wood AM, Linley PA, Maltby J, Baliousis M, Joseph S(2008) The authentic personality: a theoretical and empirical conceptualization and the development of the authenticity scale. J Couns Psychol 55(3), 385-399. doi:org/10.1037/0022-0167.55.3.385

You DY(2002) A comparison of consumer characteristics between high and low group in recycling behavior. Fam Environ Res 40(6), 53-67

Zamwel E, Sasson-Levy O, Ben-Porat G(2014) Voluntary simplifiers as political consumers: Individuals practicing politics through reduced consumption. J Cons Cult 14(2), 199-217

Zavestoski S(2002) The social-psychological bases of anticonsumption attitudes. Psychol Mark 19(2), 149-165. doi:10.1002/mar.10007