Original Article

Fam. Environ. Res.
Vol.55, No.6, December 2017: 675-687
http://dx.doi.org/10.6115/fer.2017.049

ISSN 2288-3541(Print)
ISSN 2288-355X(Online)

확장된 목표지향적 행동모델을 적용한 소비자 불매운동의도에 대한 영향요인 연구

장몽교[1] · 이승신[2] · 류미현[1]
[1]건국대학교 소비자정보학전공, [2]건국대학교 국제통상 · 소비자전공

fer

Family and Environment Research

A Study on Influencing Factors on Consumer Boycott intention by Applying Extended Model of Goal-Directed Behavior

Meng Jiao Zhang[1] · Seung Sin Lee[2] · Mi Hyun Ryu[1]
[1]Department of Consumer Information Science, Konkuk University, Seoul, Korea, [2]Department of Global trade and Consumer, Konkuk University, Seoul, Korea

Abstract

This study is to apply a goal-directed model for ethical consumption behavior and to see which factors influence consumers' boycott intention. We identify factors related to a goal-directed model for consumers, level of ethical consumption tendency, and boycott desire; in addition, factors that affect boycott intentions were also analyzed. The results of this study are as follows. First, consumers' boycott intentions are not high and public intention motivation is relatively low. Second, negative anticipated emotion shows an indirect effect with boycott desire as a mediator. Third, ethical consumption tendency has a significant effect on boycott desire and boycott intention. Therefore, we have to let consumers know that boycott actually shows a consumer's right and that it is also necessary to conduct various ethical consumption education.

Keywords

goal-directed behavior model, ethical consumption tendency, boycott intention

서론

소비자는 어떤 제품을 구매하거나 구매하지 않는 방법으로 자신의 의사를 표현한다. 불매운동은 소비자운동의 하나로 기업 등을 압박하기 위해 특정 제품의 구매를 억제하는 방법이며, 최근에 환경 · 사회 · 정치 등 문제에 대한 소비자의 의견을 표출하는 방법으로 많이 이용되고 있다. 소비자 불매운동은 제품 및 서비스의 가격이나 안전문제 등을 해결하는 수단이며 시장 내에서 발생하는 기업의 비윤리적 행위에 적극적으로 대처함으로써 소비자로서의 사회적 책임을 실천하려는 윤리적 행위이다[47]. 과거의 소비자 불매운동은 선구적인 소비자나 시민단체 운동가의 주도 하에 이루어졌으며 주로 경제적인 피해를 알리고 해결하려는 소비자 운동이었다고 하면[17], 현재의 소비자 불매운동은 개별 소비자의 자발적인 행동으로 기업의 비윤리적 행위까지 포함하는 광범위한 소비자 운동이다. 최근에 윤리적 소비자의 등장과 소비윤리에 대한 관심이 많아지면서 소비자 불매운동은 소비자가 소비윤리를 실천하기 위해서 자발적으로 여론을 형성하여 다양한 소비자문제를 해결하려는 윤리적인 소비행동 중의 하나인 것으로 볼 수 있다[10, 22, 27]. 소비자 불매운동은 소비자의 개인적인 경제적 문제만을 해결하려는 것이 아닌 기업의 비윤리적인 행위 그리고 사회의 구조적 문제까지 해결하고자 하는 수단으로 보다 넓은 의미로 받아들이고 있다[28]. 그 동안 기업 회장의 강제

Received: October 16, 2017
Revised: December 10, 2017
Accepted: December 15, 2017

This article was presented as a poster session at the 70th Conference of the Korean Home Economics Association in 2017.

Corresponding Author:
Mi Hyun Ryu
Department of Consumer Information Science, Konkuk University, 120 Neungdong-ro, Gwangjin-gu, Seoul 05029, Korea
Tel: +82-2-450-0426
Fax: +82-2-450-4084
E-mail: mihyun99@konkuk.ac.kr

Copyright © 2017 by the Korean Home Economics Association

추행 파문[12], 아르바이트 임금체불 문제[19], 신입사원 전원 해고 논란[45] 등 기업들의 비윤리적인 행위로 인해 소비자들이 불매운동을 진행했고 이러한 불매운동은 해당기업의 경제적인 손실로 이어졌다. 한 기업 회장의 불미스러운 사건이 발생한 후에 해당 회사가 소비자들로부터 외면을 받으며 하루 매출이 전 달 같은 요일의 평균 매출에 비해 최대 40% 급감한 것에서도 알 수 있다[29]. 이처럼 불매운동의 영향력이 지속적으로 커지고 있으며 특히 인터넷 시대가 도래 하여 소비자들이 인터넷 및 SNS 등을 통해 용이하게 불매운동에 참여할 수 있어 비윤리적인 기업에 대한 불매운동은 더욱 확대될 것으로 예상된다. 또한 불매운동은 윤리적 소비자들이 비도덕적인 기업이나 제품에 대해 대처할 수 있는 가장 쉽고 적극적인 의사표현 방법이다[50]. 따라서 불매운동은 윤리적 소비행동의 하위영역이므로 소비자의 윤리적 소비성향이 불매운동의도에 영향을 미치게 될 것이라 예측할 수 있다.

기존 불매운동에 참여하려는 소비자의 동기에 관한 연구들을 통해서 기업의 행위에 대한 소비자의 인식, 태도 등이 불매운동 참여행동을 이끄는 것을 알 수 있었으나[9, 26, 36, 40, 59], 아직까지 소비자 불매행동에 대한 일관된 의견을 제시하고 있지는 않다. 이러한 상황에서 최근 Chen [9], Farah과 Newman [13], Jae와 Jeon [26] 등은 소비자 불매행동의 개념에 대해서 구체적으로 연구하였으며 소비자행동이론에 적용하여 소비자 불매행동에 대해서 분석하였다. 윤리적 소비자의 특성을 규명한 연구[23]와 소비자불매운동에 대한 현황을 구체적으로 파악하고 평가한 연구[10, 27, 39, 52], 계획행동이론에 바탕으로 윤리적 상품에 대한 구매의도에 관한 연구[24, 26] 등에 불과하다.

한편 소비자는 다양한 이유에서 기업이나 제품에 대한 불만족을 해결한다는 목표를 달성하기 위해서 불매운동을 한다. 불매는 목표지향적 행동이라는 점은 수단–목적 사슬이론[18]과 위계적 목표구조[4]에서 그 근거를 확인할 수 있다. 불매는 소비자의 불만해결이라는 목표를 설정하고 달성하기 위한 계획과정에서 선택하는 수단적인 행동이다. 소비자는 불만을 해결했느냐에 따라 정서적인 경험을 하게 되며 이러한 정서적인 경험을 통해 새로운 목표를 설정하게 된다[34]. 따라서 소비자의 불매운동을 설명하려면 개별적인 변수로 설명하는 것보다 통합적인 모델로 여러 가지 변수들을 함께 파악하는 것이 의미가 있다고 판단된다. 특히 목표지향적 행동모델은 전통적인 행동모델의 한계점을 보완할 수 있기 때문에 본 연구는 이 모델을 기반으로 하고자 한다.

기존에는 개인의 의사결정과정을 이해하기 위해서 계획행동이론이 주로 적용되었다. 하지만 계획행동이론이 개인의 인지적 측면 이외에 감정적 측면에 대한 고려를 하지 못한다는 한계점이 있다[56]. 반면 목표지향적 행동모델에서는 기대감정이라는 변수를 추가해서 이러한 단점을 보완하였다. 기대감정은 바라는 결과를 유지하고 바라지 않는 결과를 회피하려는 것에 초점을 두어 부정적인 경험을 해소하려는 소비자의 불매운동 욕구를 고려하면 매우 중요한 변수임을 알 수 있다[3]. 또한 계획행동이론은 행동을 목표 설정 및 목표 추구과정에서 발생하는 것으로 보지 않는다는 단점도 가지고 있다[49]. 소비자의 불매운동은 목표지향적인 행동이기 때문에 목표를 달성하고자 하는 동기가 포함되어 있는 매개적 변수가 필요하다. 따라서 선행변수와 불매운동의도 사이에 불매운동열망을 추가하여 매개변수의 역할을 수행하는 것으로 판단된다. 이러한 측면에서 목표지향적 행동모델은 사회심리학 분야에서 기존 다른 모델들의 단점을 보완할 수 있는 통합적인 모델이며 여러 선행연구를 통해 그 우수함이 입증되어 왔다[8, 37, 55]. 하지만 아직까지 연구자들은 소비자의 불매운동을 이해하기 위해 이론적 체계로 계획행동이론을 더 많이 활용하고 있고, 이론적 실용성 및 우수성이 있음에도 불구하고 목표지향적 행동모델을 활용하여 소비자의 불매운동의도를 이해하려는 접근은 실증적으로 이루어지지 않고 있다. 따라서 본 연구에서는 목표지향적 행동모델을 적용하여 소비자의 불매운동의도를 분석하고자 한다.

그러므로 본 연구에서는 첫째, 소비자의 목표지향적 행동모델 관련 변수, 윤리적 소비성향의 수준을 파악하고 둘째, 소비자의 불매운동열망, 불매운동의도 수준을 파악하고 아울러 목표지향적 행동모델 관련 변수, 윤리적 소비성향이 불매운동열망, 불매운동의도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 넷째, 소비자의 불매운동의도에 관련변수들이 불매운동열망을 매개로 하여 어떠한 인과관계가 있는지를 파악해보고자 한다.

본 연구는 목표지향적 행동모델을 통해 소비자의 불매운동의도를 파악해본다는 점에서 학술적인 의의가 있으며, 윤리적 소비성향과 같이 의미 있고 논리적인 설명변인을 추가하여 모델의 예측도를 높일 수 있을 것으로 예상해 본다. 또한 소비자들로 하여금 불매운동이 윤리적 소비임을 인식할 수 있도록 하여 궁극적으로 소비자들의 불매운동에 적극적인 참여가 이루어질 수 있도록 다양한 소비자 교육프로그램이나 불매운동 홍보활동에 기초자료로 제공하고자 한다.

이론적 배경

1. 불매운동 정의 및 유형

불매운동은 구매활동에서 자신의 의사를 전달하는 방법으로 구

매가 아닌 비구매행동을 택하는 것이다. 소비자가 시장에서 구매를 하는 행동을 화폐 투표라고 하며 소비자의 구매행동은 화폐를 투표용지처럼 사용하여 자신이 마음에 드는 기업이나 제품에 한 표씩 주는 행동인 반면, 소비자로부터 선택 받지 못한 기업이나 제품은 시장에서 퇴출되는 것이다[11]. 불매운동이란 운동주도세력들이 다른 개별 소비자들로 하여금 시장에서 특정한 기업이나 제품에 대한 구매를 자제하도록 하여 특정 목적을 달성하고자 하는 시도이다[15]. 특히 소비자 불매운동은 소비자가 경제, 정치, 윤리적인 문제 등을 해결하기 위해 특정한 기업이나 제품, 심지어 정부 등에 대해서 자발적으로 구매를 하지 않거나 다른 제품을 선택하는 사적 행동, 그리고 타인으로 하여금 동참할 수 있도록 홍보, 호소, 설득하는 공적 행동까지 포함하는 통합적인 행동이라고 정의할 수 있다[27]. 따라서 본 연구에서 소비자들이 이러한 불매운동을 하고자 하는 의도를 불매운동의도라고 정의하고자 한다.

불매운동의 유형은 다양한 기준으로 나눌 수 있다. Friedman [16]은 불매운동을 구분하기 위해 수단, 대상, 항의대상, 시행공간, 행위요소 등 다양한 기준으로 나누어 유형화를 하였다. 먼저 수단에 따른 분류로 기관이나 시민단체가 발표하여 언론에 알리는 '매체중심 불매운동', 소비자들에게 불매운동의 대상이 되는 제품이나 기업을 쉽게 알리는데 그 목적을 두고 있는 '시장중심 불매운동', 정부가 불매운동의 요구를 수용할 수 있도록 정치적 목적이 있는 '대리인 불매운동'이 있다. 또한 불매운동 대상에 따른 분류는 문제가 되는 기업이나 상품에 직접적으로 불매운동을 하는 1차적 불매운동 및 1차적 불매운동의 대상이 된 기업과 거래를 하고 있는 다른 기업에게 거래를 중단할 것을 요구하며 펼치는 2차적 불매운동이 있다. 그리고 불매운동 항의 대상에 따른 분류로는 상품, 회사, 브랜드로 나누어 볼 수 있다. 또한 시행공간에 따른 분류는 오프라인 및 온라인에서의 불매운동으로도 나눌 수 있다. 행위요소에 따른 분류로는 행위검토형, 행위촉구형, 행위조직형, 행위실행형 불매운동으로 구분하였다[11]. 또한 Chen [9]에 따르면 소비자 불매운동은 사회적인 면과 윤리적인 면을 모두 포함한 다차원적인 행동이며, 사적 · 공적행동으로 구분할 수 있다. 여기서 사적행동은 불만에 대한 사적인 토로, 구매 보류, 구매 중지, 경쟁사 제품 구매 등이 있다. 공적행동은 다른 소비자의 불매운동의 참여 설득, 불매운동 대상에 대한 불만의 공론화 등이 있다.

2. 불매운동의도 관련 선행연구 고찰

행동의도는 개인이 주어진 행동을 할 때 어느 정도의 노력을 하는지를 측정하는 것으로 실제행동을 예측하는데 가장 적합한 영향요인으로 간주된다[1]. 따라서 소비자들의 불매운동 참여행동을 예측하는 데에 불매운동의도 관련 연구가 의미가 있다고 본다. 즉 소비자의 불매운동의도는 불매운동 참여행동을 예측하는데 중요한 변수이므로 본 연구는 목표지향적 행동모델을 적용하고 소비자의 윤리적 소비성향을 추가 변수로 하여 소비자의 불매운동의도에 대해 연구를 진행하고자 한다. 다음에서 불매운동의도의 영향요인을 파악하기 위하여 선행연구들을 살펴보았다.

1) 목표지향적 행동모델의 적용

복잡한 소비자 의사결정과정을 이해하기 위해 가장 널리 사용된 방법으로 합리적 행동이론, 계획행동이론, 그리고 목표지향적 행동모델이 있다[21]. 합리적 행동이론에서는개인의 행동은 행동의도에 의해 형성되고 이러한 행동의도는 개인의 태도와 주관적 규범으로부터 영향을 받으며, 태도와 주관적 규범 및 실제행동의 관계에서 매개역할을 한다고 가정하고 있다[1, 21]. 하지만 합리적 행동이론은 인간의 의지와 상관없이 시간 · 자금 · 자원 · 기회 문제 등의 상황을 고려하지 못한다는 비판을 받았다. 그래서 Ajzen [2]는 합리적 행동이론에 지각된 행동통제라는 개념을 추가 삽입하여 계획행동이론을 제시하게 되었다. 여기서 지각된 행동통제는 특정 행동을 수행할 때 얼마나 용이한지에 대한 개인의 지각한 수준을 의미한다. 계획행동이론은 합리적 행동이론의 한계를 보완하였고, 개인이 받을 수 있는 외부영향의 개념을 추가 고려했다는 부분에서 합리적 행동이론보다 개인의 행동을 이해하는 데 더 유용한 이론으로 인정받게 된다[55, 60]. 하지만 계획행동이론 역시 개인의 과거행동과 동기적 · 감정적 요소를 고려하지 않았다는 한계점을 지니고 있다고 비판을 받았다[46]. 합리적 행동이론이나 계획된 행동이론의 한계점이 지적되면서 Perugini와 Bagozzi [51]는 긍정적 기대감정 및 부정적 기대감정과 같은 감정적인 요인과 열망, 과거경험을 새롭게 고려한 목표지향적 행동모델을 제안하였다. 이러한 통합적인 목표지향적 행동모델은 소비자 의사결정과정을 이해하기에 더 적합한 것으로 예측할 수 있다.

목표지향적 행동모델에 의하면 태도, 주관적 규범, 지각된 행동 통제, 기대감정과 같은 평가적 요소들이 감정적 요소인 열망에 직접적 영향을 미치며 열망은 행동의도에 직접적 영향을 미친다는 것을 가정한다[8]. 한편, 목표지향적 행동모델을 활용한 연구들은 특정상황 내에서의 개인의 의사결정과정에 영향을 미치는 요인을 파악하여 열망 및 행동의도의 변량을 더 많이 설명하기 위해 모델을 확장하는 노력을 지속적으로 하고 있다. 이에 확장된 목표지향적 행동모델은 개인의 인지적 · 정서적 의사결정과정을 이해하는데 가장 최근에 개발된 모델이라고 할 수 있다[54].

목표지향적 행동모델은 계획행동이론과의 차이점은 기대감정,

과거경험 그리고 열망을 추가한 것이다. 목표를 달성하는데 감정은 촉진작용을 한다. 이러한 감정을 기대감정이라고 하고 긍정과 부정의 기대감정이 포함된다. 소비자가 지속적으로 불매운동을 하면 목표달성이 성공할 것이라는 긍정적인 기대가 나타났지만 실패할 것이라는 부정적 기대감정도 나타난다. 긍정적인 기대는 목표를 달성하기 위해 지속적으로 행동을 자극하고 부정적인 기대감정은 기존 목표를 변경하거나 새로운 목표를 설정하게 한다[41]. Oatley과 Johnson-Laird [48]는 기대감정의 기능은 확실하지 않은 상황에서 설정한 목표를 달성하는데 도움을 주는 것이라고 하였다. 또한 과거경험은 미래의 행동을 예측할 수 있는 중요한 변수 중의 하나이며[56], 태도 및 행동과 관련한 많은 선행연구에서 개인의 행동의도에 영향력이 있음이 밝혀져 왔으며, 열망과 의도에 영향력을 가지는 과거습관으로 간주된다[38].

목표지향적 행동모델은 목표에 접근하기 위해 의사결정을 수행하고 목표를 달성하려는 소비자들의 행동의 인과관계를 증명하는데 유용하다[49]. 소비자의 행동을 보다 정확하게 이해하고 예측할 수 있도록 목표지향적 행동모델을 적용한 연구는 다양한 분야에서 진행되어왔다.

Lee와 Richard [42]의 '왜 우리는 타인들과 함께 행동하는가'라는 연구에서 목표지향적 행동모델을 적용하고 한국과 미국 소비자에 대해서 연구하였다. 한국부분에는 태도, 지각된 행동통제, 긍정적 기대감정이 열망에 영향을 미치며 열망이 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 미국부분에는 주관적 규범, 과거경험, 긍정적 기대감정이 열망에 영향을 미치고, 의도에는 지각된 행동통제와 열망이 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kim 등[34]의 목표지향적 행위로서의 고객불평에 관한 연구에서 불평태도가 불평열망에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났고 기대감정은 불평열망에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지각된 행동통제는 불평열망에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고 불평열망을 통해서 간접적으로 불평의도에 영향도 미치지만 직접적으로도 불평의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 불평열망이 높으면 높을수록 불평의도는 증가하는 것으로 나타났다. Kim 등[33]은 친환경 레스토랑 방문의도의 영향요인에 대해 연구하였다. 연구결과를 보면 긍정적 기대감정, 주관적 규범이 열망에 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고 지각된 행동통제와 과거경험의 빈도가 열망에는 유의하지 않으나 레스토랑 방문의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kim과 Yoon [32]은 목표지향적 행동모델을 적용해서 기대감정과 불평열망과의 관계를 분석하였다. 긍정적 기대감정과 부정적 기대감정이 불평열망에 유의미한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

제품이나 기업에 대한 불만이 생긴 소비자는 불만해결이라는 뚜렷한 목표를 인지하게 되며 이러한 목표를 달성하기 위해 수단적인 행동으로 불매운동을 할 수 있다. 따라서 불매운동을 목표지향적인 행동으로 볼 수 있으며 본 연구는 목표지향적 행동모델을 적용해서 불매운동의도를 파악하고자 한다.

2) 윤리적 소비성향

90년대부터 나타난 윤리적 소비는 단순히 환경보호, 녹색소비의 개념이 아니라, 보다 더 포괄적이며 다양한 윤리적 문제들을 내포되고 있다. Chun [10]은 윤리적 소비는 일상생활에서 윤리적 소비를 실천하는 소비행동이라고 보았다. 그들은 Hong과 Song [23]의 연구를 바탕으로 소비 과정과 사회적 책임 범위에 따라 윤리적 소비를 분류하였는데, 구체적으로 상거래 소비윤리, 녹색소비, 구매운동, 로컬소비, 불매운동, 공동체화폐, 공정무역, 기부와 나눔, 절제와 간소한 삶으로 구분하였다. Huh와 Kim [25]도 윤리적 소비행동을 상거래윤리, 적극적 구매, 불매운동, 로컬소비, 공정무역, 공동체운동, 절제와 간소로 분류하였다. 즉 불매운동은 윤리적 소비행위로 볼 수 있다.

소비자가 윤리적 소비의 목적을 달성하기 위해서 불매운동을 통해 비윤리적 제품이나 기업에게 압력을 행사하여, 윤리적 제품이나 기업에 대한 적극적인 구매를 통해 기업들이 나아갈 방향을 제시하게 될 것이다[11]. 따라서 최근에 윤리적 측면에서 불매운동을 파악하는 필요성이 언급되고 있지만 대부분 연구는 기업의 사회적 책임이나 윤리경영에 대해서 진행하고 있다. 윤리적 소비측면에서 소비자 행동적인 이론을 바탕으로 불매운동에 대한 연구는 거의 없는 실정이다. 선행연구 결과에 따라 불매운동은 윤리적 소비로 간주할 수 있으므로 본 연구는 소비자행동이론인 목표지향적 행동모델에 윤리적 소비성향을 관련 변인으로 추가해서 고찰하고자 한다.

윤리적 소비성향은 Uusitalo과 Oksanen [57]에 따라 제품의 생산 및 유통 과정에 있어 노동조합의 보호, 아동노동, 동물테스트와 같은 윤리적인 면을 포함하여 고려하는 소비성향이라고 할 수 있다. 한편, 소비성향은 소비자의 구매동기, 사용방법, 처분방법 등 전반적인 의사결정과정에 매우 큰 영향을 미치는 일정한 심리적, 행동적인 경향이라고 한다[30, 43]. Lee [43]는 소비자의 윤리적 소비성향을 측정할 수 있는 척도를 개발하였다. 그에 따르면 윤리적 이슈에 관한 관심, 기업의 윤리성 지각, 소비자 효과성 지각, 이타주의 4개의 차원을 제시하였으며 이는 윤리적 제품에 대한 태도와 구매의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 Woo [59]는 소비자 불매운동에 관한 연구에서 윤리적 소비성향은 오프라인 불매운동 참여에 유의한 영향을 미치는 것

으로 나타났다. Jeon과 Seo [28]는 소비자 불매운동에 대한 인식 유형과 참여의도에 대해서 연구하였는데 불매운동에 가장 적극적으로 참여하는 집단인 자기실현형 불매운동집단이 타 집단에 비해 윤리적 소비자주의가 더 높은 것으로 나타났다. 선행연구를 관찰한 결과 윤리적 소비성향은 소비자의 전반적인 의사결정과정에 영향을 미칠 수 있으므로 윤리적 소비성향은 소비자의 불매운동의도에 영향을 미칠 것이라고 예측할 수 있다.

3) 불매운동열망

열망은 개인의 의사결정과정에서 중요한 영향요인임이 강조되고 있고 행동의도를 가장 잘 설명하고 있다[51]. 소비자들이 어떤 행동을 하려면 동기가 부여되어야 하고 열망에는 행동하도록 하는 강한 동기를 유발하는 요인이 있다[6]. 열망은 목표지향적 행동모델의 핵심 변수라고 할 수 있고 개인이 사람, 사물, 행동을 포함하는 대상에 대한 강렬한 감정상황이라고 정의한다[51]. 열망은 두 가지로 나눌 수 있는데 하나는 목마름, 배고픔과 같은 생리적인 발생 원인이 필요하지 않는 기본적인 열망이고 다른 하나는 유발하는 원인이 반드시 필요한 의지를 바탕으로 한 자발적인 열망이다. 따라서 자발적인 열망은 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 부정적 · 긍정적 기대감정, 과거경험 및 행동의도 사이에서 매개역할을 한다[55]. 목표지향적 행동모델은 열망을 매개변수로 포함시켜 계획행동이론을 더 정교하게 만들었다[3].

소비자의 불매운동은 목표지향적 행동이다. 불매운동열망은 불매운동의도를 형성하기 위해서 필요한 개념이며 불매운동태도를 바탕으로 불매운동을 유발시키는 자극 역할을 한다[51]. Bagozzi와 Kimmel[5]은 태도보다 열망에 의해 행동의도는 설명력이 증가한다고 밝혔고 Fishbein과 Stasson[14]도 열망은 행동을 예측하는 중요한 변수라고 증명하였다. Perugini와 Bagozzi[51]에 따르면 열망이 형성되지 않으면 행동의도도 강하게 형성되지 않는다고 하여 열망과 행동의도의 관계를 규명하였다.

이처럼 선행연구를 기초로 열망은 행동을 유발하는 동기적인 요소가 내포되어 있어 기대감정, 불매운동태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 과거경험, 윤리적 소비성향이 불매운동열망을 매개로 하여 불매운동의도에 간접적으로 영향을 미친다고 예측할 수 있다.

연구문제 및 방법

1. 연구문제

본 연구에서는 소비자의 불매운동의도의 수준을 살펴보고, 목표지향적 행동모델 관련 변수(긍정적 기대감정, 부정적 기대감정, 불매운동태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 과거경험)와 윤리적 소비성향이 불매운동열망 및 불매운동의도에 어떠한 영향을 미치는지, 그리고 변수간의 인과관계를 파악해보고자 한다. 본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1: 소비자의 목표지향적 행동모델 관련 변수, 윤리적 소비성향 수준은 어떠한가?

연구문제 2: 소비자의 불매운동열망 및 불매운동의도 수준은 어떠한가?

연구문제 3: 소비자의 불매운동열망 및 불매운동의도에 영향을 미치는 변수는 무엇인가?

연구문제 4: 소비자의 불매운동의도에 관련변수들이 불매운동열망을 매개로 어떠한 인과관계가 있는가?

2. 조사도구 및 측정방법

본 연구의 연구문제를 알아보기 위해 선행연구를 기반으로 설문지를 구성하였다. 설문지는 조사대상자의 사회인구학적 변수, 목표지향적 행동모델 관련 변수, 윤리적 소비성향, 불매운동열망, 불매운동의도에 대한 문항으로 구성하였다(Table 1).

먼저 사회인구학적 변수는 성별, 연령, 학력, 직업, 월평균소득, 결혼여부로 구성하였으며, 목표지향적 행동모델 관련 변수는 긍정적 기대감정, 부정적 기대감정, 불매운동 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 과거경험으로 구성하였다. 긍정적 기대감정은 Han과 Hwang [20], Kim과 Jung [35]의 연구를 토대로 총 4문항으로 구성하였으며, 부정적 기대감정은 Song 등[56], Kim 등[31]의 연구를 토대로 총 4문항으로 구성하였으며 5점 리커트 척도를 이용하였다. 불매운동태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제는 Ajzen [2], Huh [24], Jae과 Jeon [26]의 연구를 토대로 각 4문항, 6문항, 4문항으로 구성하였으며 5점 리커트 척도를 이용하였다. 과거경험은 소비자의 과거 불매운동의 참여한 횟수를 측정하는 1문항으로 구성되었다. 또한 윤리적 소비성향은 Shim [53], Woo [59]의 연구를 토대로 총 4문항으로 구성하였으며 5점 리커트 척도를 이용하였다. 불매운동열망은 Bhattacherjee [7], Lee와 Yun [44]의 연구를 토대로 총 4문항으로 구성하였으며 불매운동의도는 Jae과 Jeon [26]의 연구를 토대로 총 6문항으로 구성하였고 5점 리커트 척도를 이용하였다.

이상과 같은 문항의 신뢰도를 파악한 결과 Cronbach' α값이 0.8 이상으로 모든 변수가 높은 신뢰성을 보이고 있었다.

Table 1. Measuring Instrument

Variable	Content	Question	Cronbach's α
Socio-demographic characteristics	Gender, age, education, occupation, monthly income, marriage	6	-
Model of goal-directed behavior	Positive anticipated emotion	4	.942
	Negative anticipated emotion	4	.933
	Boycott attitude	4	.906
	Subjective norm	6	.864
	Perceived behavior control	4	.817
	Past behavior	1	-
Ethical consumption tendency		4	.862
Boycott desire		4	.913
Boycott intention		6	.875
Total		43	

Table 2. Socio-demographic Characteristics

N(%)=400(100)

Variable	Group	*N* (%)
Gender	Male	204 (51.0)
	Female	196 (49.0)
Age	20s	86 (21.5)
	30s	96 (24.0)
	40s	111 (27.8)
	50s	107 (26.7)
	M(SD)	40.42 (10.626)
Education	≤15 yr	120 (30.0)
	≥16 yr	280 (70.0)
	M(*SD*)	15.36 (1.894)
Occupation	Specialized job/office worker/ government employee	218 (54.5)
	Management/sales·service/ technical worker	80 (20.0)
	Housewife/student/others	102 (25.5)
Monthly income	≤199	135 (33.7)
(10,000 KRW)	200-399	169 (42.3)
	≥399	96 (24.0)
	M(*SD*)	260.91 (179.250)
Marriage	Single	137 (34.3)
	Married	263 (65.7)

KRW, Korean Won.

3. 연구방법

본 연구는 성인 소비자를 조사대상으로 총 400명을 조사하였다. 본 조사는 2017년 8월 7일부터 8월 15일까지 온라인 리서치회사를 통해 설문조사를 실시하였다. 조사된 설문지는 SPSS 24.0 program을 이용하여 조사대상자의 일반적 특성, 목표지향적 행동모델 관련 변수, 윤리적 소비성향, 불매운동열망, 불매운동의도의 수준을 살펴보기 위하여 빈도, 평균, 표준편차를 보았다. 윤리적 소비성향, 불매운동열망 및 불매운동의도에 대한 타당도를 검증하기 위하여 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 또한 목표지향적 행동모델 관련 변수 및 윤리적 소비성향이 불매운동열망 및 불매운동의도에 미치는 영향을 파악하기 위해 회귀분석을 실시하였으며, 불매운동의도에 영향을 미치는 변수간의 인과관계를 파악하기 위하여 경로분석을 실시하였다.

4. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 Table 2와 같다. 총 400명의 응답자 중 남자는 51.0%, 여자는 49.0%로 남자의 비율이 좀 더 높았다. 연령은 40대 27.8%, 50대 26.7%, 30대 24.0%, 20대 21.5% 순으로 나타났다. 또한 학력은 대졸 이상 70%, 대졸미만 30.0%이며, 직업의 경우는 전문직/사무직/공무원이 전체의 54.5%를 차지하고 있으며, 학생/주부/기타 25.5%, 자영업/서비스직/기술직 20.0%를 차지하였다. 월평균소득은 평균 261만 원 정도를 보였고 결혼여부는 기혼이 65.7%, 미혼은 34.3%를 차지하였다.

연구결과 및 해석

1. 목표지향적 행동모델 관련 변수의 특성

목표지향적 행동모델 관련 변수의 특성은 Table 3에 제시된 바와 같다. 긍정적 기대감정, 부정적 기대감정, 불매운동태도, 주

Table 3. Characteristics of Model of Goal-Directed Behavior Relevant Variables

Item		*M*(*SD*)[a]	
Positive anticipated emotion	I will be happy to boycott.	2.95 (.914)	2.96 (.885)
	I will be glad to boycott.	2.87 (.944)	
	I will be pleasant to boycott.	3.05 (.989)	
	I will be proud to boycott.	2.96 (.988)	
Negative anticipated emotion	I will be disappointed if I cannot boycott.	2.71 (.993)	2.62 (.910)
	I will be worried if I cannot boycott.	2.67 (.985)	
	I will be angry if I cannot boycott.	2.61 (1.023)	
	I will be nervous if I cannot boycott.	2.51 (.986)	
Boycott attitude	Boycott is useful.	3.62 (.902)	3.55 (.794)
	Boycott is beneficial.	3.47 (.931)	
	Boycott is reasonable.	3.53 (.878)	
	Boycott is desirable.	3.58 (.887)	
Subjective norm	People who affect my behavior think better about me doing a boycott.	3.12 (.694)	3.14 (.598)
	People who are important to me think better about me doing a boycott.	3.15 (.718)	
	People around me think better about me doing a boycott.	3.15 (.775)	
	I will follow the opinions of those who affect my behavior.	3.14 (.797)	
	I will follow the opinions of those who are important to me.	3.19 (.838)	
	I will follow the opinions of those who around me.	3.08 (.817)	
Perceived behavior control	Whether I boycott it is entirely up to me.	3.81 (1.036)	3.41 (.804)
	I can boycott whenever I want.	3.61 (.975)	
	I have enough time to boycott.	3.28 (.963)	
	I have enough money to boycott.	2.94 (1.024)	
Past behavior	How many times have you been boycotting	3.45 (5.603)[b]	

[a]Full mark is 5.
[b]Number of participation experiences

관적 규범, 지각된 행동통제, 과거경험을 파악해보았다. 긍정적 기대감정은 평균 2.96, 부정적 기대감정은 2.62로 나타났다. 불매운동태도는 3.55로 보통을 상회하는 수준으로 나타나 소비자들이 불매운동에 대해서 비교적 긍정적인 태도를 가지고 있는 것으로 해석된다. 주관적 규범은 3.14로 보통의 수준을 보이고 있고 지각된 행동통제는 3.41로 나타났으며 소비자들의 불매운동 과거경험은 평균 3회로 나타났다. 특히 소비자 불매운동에 대한 긍정적 기대감정뿐 아니라 부정적 기대감정도 낮은 수준을 보이고 있었으므로 소비자들의 기대감정을 상승시킬 수 있는 노력이 필요함을 알 수 있는 결과였다.

2. 윤리적 소비성향 수준

윤리적 소비성향에 대한 타당도를 파악하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시한 결과 Table 4에 제시된 바와 같이 분석결과가 적정한 것으로 나타나 단일 차원성이 적정한 것으로 나타났다. 타당성 부분에서 살펴보면, 요인 분석에서 요인부하량이 0.6이상으로 나타나 타당성이 적당한 것으로 판단할 수 있다[58].

또한 윤리적 소비성향은 평균 3.92로 나타나 비교적 높은 수준임을 알 수 있었다. 하위 문항별 수준을 보면 '나는 되도록 불필요한 소비를 줄여야 된다고 생각한다' 문항의 평균이 가장 높게 나타났고 '나는 되도록 노동력 인권을 착취하지 않고 공정하게 생산 및 유통된 제품을 구매해야 된다고 생각한다' 문항의 평균도 높게 나타났다. 이와 같은 결과를 볼 때 소비자들이 절제와 간소의 소비습관, 노동력의 인권을 중요시하는 윤리적인 소비의식이 비교적 높다는 것으로 해석할 수 있다.

3. 불매운동열망 수준

불매운동열망에 대한 타당도를 파악하기 위하여 탐색적 요인

Table 4. Exploratory Factor Analysis of Ethical Consumption Tendency

Item	Ethical consumption tendency	h^2	*M*(*SD*)[a]
I think I should cut down on unnecessary consumption as much as possible.	.794	.630	4.04 (.782)
I think I should purchase environmentally friendly goods as much as possible.	.831	.691	3.85 (.774)
I think I should purchase products that are productive and distributed through fair methods without exploiting labor or human rights.	.881	.777	3.92 (.770)
I think I should purchase ethical goods as much as possible.	.858	.736	3.87 (.753)
Eigenvalue	2.833		3.92 (.647)
% Of variance	70.835		
Cumulative variance	70.835		
Cronbach's α	.862		

[a]Full mark is 5.

Table 5. Exploratory Factor Analysis of Boycott Desire

Item	Boycott desire	h^2	*M*(*SD*)[a]
I would like to boycott troubled companies.	.883	.779	3.58 (.914)
I have a strong desire to boycott troubled companies.	.888	.789	3.34 (.976)
I am anxious to boycott troubled companies.	.912	.833	3.39 (.982)
I will not miss the opportunity to boycott troubled companies.	.878	.771	3.37 (.929)
Eigenvalue	3.172		3.42 (.847)
% Of variance	79.296		
Cumulative variance	79.296		
Cronbach's α	.913		

[a]Full mark is 5.

분석을 실시한 결과 Table 5에 제시된 바와 같이 분석결과가 적정한 것으로 나타나 단일 차원성이 적정한 것으로 나타났다. 불매운동열망은 3.42로 보통을 상회하는 수준으로 나타났다.

4. 불매운동의도 수준

불매운동의도에 대한 타당도를 파악하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시한 결과 Table 6에 제시된 바와 같다. 분석결과가 적정한 것으로 나타나 단일 차원성이 적정한 것으로 나타났다.

또한 불매운동의도는 평균 3.54로 나타나 보통을 상회하였지만 절대적인 수준에서 볼 때 높지 않은 것을 알 수 있었다. 또한 불매운동의도의 하위 문항별 수준을 보면 '문제가 발생된 기업이 아닌 다른 기업의 제품을 구매할 것이다' 문항의 평균이 가장 높게 나타났지만 '문제가 발생된 기업에 대한 소비자들의 단체적인 불매운동에 적극적으로 참여할 것이다', '문제가 발생된 기업에 대한 불만을 매스컴이나 공공기관에 알리는데 참여할 것이다' 문항의 평균은 상대적으로 비교적 낮게 나타났다. 이와 같은 결과를 볼 때 소비자들은 개인적으로 소극적인 불매운동만 참여하려는 의사가 상대적으로 높고 공적이고 적극적인 불매운동의 참여 의사는 비교적 낮다는 것을 알 수 있었다.

5. 불매운동열망 및 불매운동의도에 영향을 미치는 변수들의 상대적 영향력

소비자의 불매운동열망 및 불매운동의도에 영향을 미치는 변수들의 상대적 영향력을 살펴보기 위하여 회귀분석을 한 결과는 Table 7에 제시되었다. 먼저 다중공선성을 해결하기 위하여 공차한계(Tolerance)와 분산팽창요인(VIF)값을 살펴본 결과 Tolerance는 0.1을 초과하고 VIF값이 10이하로 나타나 다중공선성이 없는 것으로 확인되었으며, 따라서 모든 변수를 설명 변수로 하여 회귀분석을 실시하였다.

소비자의 불매운동열망에 영향을 미치는 변수로는 불매운동태도(β=.355)가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고 그 다음은 지각된 행동통제(β=.325), 부정적 기대감정(β=.139), 과거경

Table 6. Exploratory Factor Analysis of Boycott Intention

Item	Boycott intention	h^2	*M*(*SD*)[a]
I will not purchase the products of troubled company.	.741	0.566	3.80 (.824)
I will purchase products from other companies that are not troubled.	.767	0.589	3.82 (.783)
I will alert people who around me about the immorality of a troubled company.	.834	0.696	3.63 (.843)
I will advise people who around me not to buy troubled businesses.	.858	0.736	3.50 (.873)
I will participate in informing mass communication and public agencies about complaints of troubled businesses.	.754	0.568	3.18 (.893)
I will actively participate in boycott against troubled company.	.741	0.549	3.34 (.866)
Eigenvalue	3.703		3.54 (.665)
% Of variance	61.721		
Cumulative variance	61.721		
Cronbach's α	.875		

[a]Full mark is 5.

Table 7. Influences of Variables on Boycott Desire and Boycott Intention

Item	Boycott desire	Boycott intention
	B(β)	*B*(β)
Positive anticipated emotion	.023(.024)	-.012(-.016)
Negative anticipated emotion	.129(.139)**	-.021(-.028)
Boycott attitude	.378(.355)***	.131(.157)**
Subjective norm	.093(.066)	.287(.258)***
Perceived behavior control	.342(.325)***	-.064(-.077)
Ethical consumption tendency	.090(.069)*	.288(.281)***
Past behavior	.011(.075)*	.011(.096)**
Boycott desire		.253(.323)***
Adjusted R^2	.630	.582
Constant	-.183	.450
F	97.955***	70.501***

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

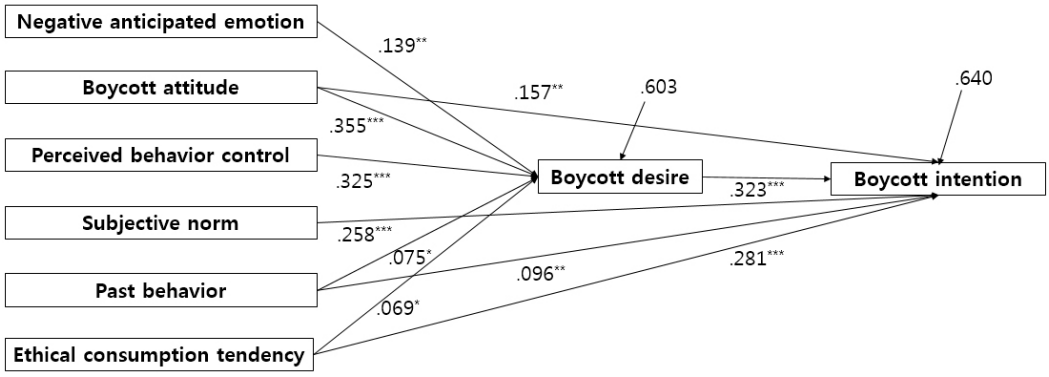
험(β=.075), 윤리적 소비성향(β=.069)순으로 나타났다. 즉, 소비자들이 불매운동에 대해 긍정적으로 생각할수록, 불매운동을 하는데 용이하다고 생각할수록, 불매운동을 못했을 경우 부정적인 감정을 강하게 느낄수록, 과거 불매운동에 대한 경험이 많을수록, 윤리적 소비성향이 강할수록 소비자들의 불매운동열망이 높게 나타났다. 독립변수들의 종속변수인 불매운동열망에 대한 설명력은 63.0%였다.

소비자의 불매운동의도에 영향을 미치는 변수로는 불매운동열망(β=.323)이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고 그 다음은 윤리적 소비성향(β=.281), 주관적 규범(β=.258), 불매운동태도(β=.157), 과거경험(β=.096)순으로 나타났다. 즉 소비자들이 불매운동을 하고 싶은 열망이 강할수록, 주변인들이 불매운동을 하는 것을 지지하며 본인이 그 의견을 수용할수록, 불매운동에 대해 긍정적으로 생각할수록, 과거에 불매운동을 많이 할수록 불매운동의도가 높게 나타났다. 또한 독립변수들의 종속변수인 온라인 불매운동의도에 대한 설명력은 58.2%였다.

본 분석결과 태도, 지각된 행동통제가 열망에 영향을 미치는 것과 열망이 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것은 Lee와 Richard [42], Kim 등[34]의 연구결과를 지지하였다. 또한 과거행동이 의도에 유의한 영향을 미치는 것은 Kim 등[33]의 연구결과와 유사하고 부정적인 기대감정이 열망에 정적인 영향을 미치는 것은 소비자의 불평행동을 연구한 Kim과 Yoon [32]의 결과와 유사하였다. 또한 윤리적 소비성향이 불매운동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것은 Woo [59], Jeon과 Seo [28]의 연구결과를 지지하였다.

소비자의 불매운동의도에 영향을 미치는 것으로 밝혀진 변수들 간의 관계를 보다 구체화하기 위해 경로분석을 실시하였다. 분석에 사용된 변수들은 회귀분석결과 유의한 것으로 나타난 독립변수들을 사용하였다. 각 변수들 간의 직접효과와 간적효과, 그리고 총인과 효과를 추정하기 위하여 인과순서 및 순환체계를 가정하고 경로분석을 실시하였다. 회귀분석결과 소비자의 불매운동의도에 통계적으로 유의한 변수들을 추출하였으며, 경로분석에 사용된 경로모형은 Figure 1과 같다.

Table 8은 인과모형에서 각 독립변수가 종속변수인 불매운동의도에 미치는 인과적 효과를 직접효과와 매개변수를 통한 간접효과로 분해한 결과이다. 그 결과를 보면 첫째, 불매운동의도에 직접효과만을 가지고 있는 변수는 주관적 규범 및 불매운동열망으로 나타났다. 즉 주관적 규범 및 불매운동열망이 높을수록 불매



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

Figure 1. Final research model.

Table 8. Causal Relationships among Variables Affecting Boycott Intention

Dependent variable	Independence variable	Total effect[a]	Causal effect		
			Total	Directly	Indirectly
Boycott intention	Negative anticipated emotion	.360	.045	-	.045
	Boycott attitude	.593	.272	.157	.115
	Subjective norm	.576	.258	.258	-
	Perceived behavior control	.446	.105	-	.105
	Ethical consumption tendency	.559	.303	.281	.022
	Past behavior	.395	.120	.096	.024
	Boycott desire	.640	.323	.323	-

[a]Correlation

운동의도가 높음을 알 수 있다. 둘째, 불매운동태도, 윤리적 소비성향, 과거경험 변수는 불매운동의도에 직접효과뿐 아니라 불매운동열망을 매개로 간접효과도 있었다. 셋째, 불매운동의도에 부정적 기대감정, 지각된 행동통제 변수는 불매운동열망을 매개로 간접효과만이 있었다. 즉 불매운동을 하지 못한 것에 대한 부정적인 감정이 높을수록, 불매운동을 하는데 용이하다고 생각할수록 불매운동열망을 높이고 이를 통해 불매운동의도가 높아지는 것이다. 따라서 단순히 불매운동을 못했을 때 부정적인 감정이 나타났거나 불매운동에 대한 용이성도 높게 인식한 것만으로 불매운동의도로 연결되는 것이 아니라 반드시 불매운동열망 형성을 통하여 불매운동의도가 형성됨을 알 수 있다.

이상에서의 변수들 중 불매운동의도에 영향을 미치는 변수들의 총 인과적 효과의 크기를 비교하면 불매운동열망이 가장 크고 그 다음은 윤리적 소비성향, 불매운동태도, 주관적 규범, 과거경험, 지각된 행동통제, 부정적 기대감정의 순으로 나타났다. 이 인과 모형을 통하여 불매운동의도 분산의 63.6%를 설명할 수 있다.

결론 및 제언

최근 소비자들은 윤리적 책임을 다 하는 기업을 더 선호하고 있어 그 기대에 부응하지 못하면 불매운동으로 이어질 수도 있으며, 특히 현대사회에는 윤리적 소비를 중요시하고 실천하려는 소비자들이 전 세계적으로 증가하고 있다. 본 연구는 윤리적 소비행동 중 하나인 불매운동에 대해 목표지향적 행동모델을 적용하여 소비자들의 불매운동의도에 어떠한 변수들이 영향을 미치는 지를 파악하고자 하였다. 본 연구는 소비자의 목표지향적 행동모델 관련 변수 및 윤리적 소비성향, 불매운동열망의 수준을 파악하고 불매운동의도에 영향을 미치는 변수가 무엇인지에 대해서 분석하였다. 따라서 올바른 불매운동 참여에 대한 정보제공이 될 수 있으며 소비자들에게 불매운동이 가지는 의미전달을 통해 적극적으로 불매운동 실천을 유도하기 위한 소비자교육의 기초 자료로 제공될 수 있을 것이다.

본 연구의 결과를 기초로 다음과 같은 결론 및 제언을 내렸다.

첫째, 소비자들의 불매운동의도가 절대적으로 높지 않은 것으로 나타났다. 특히 단체적인 불매운동이나 매스컴이나 공공기관

에 알리는 불매운동의 참여의도가 비교적 낮게 나타났다. 즉, 소비자들은 소극적 불매운동만 참여하려 하고 공적인 불매운동의 참여를 회피하려는 것으로 보인다. 따라서 정부 및 소비자단체들은 소비자운동의 활성화를 위해 다양한 소비자 교육프로그램을 개발해서 소비자교육을 실시해야 한다. 특히 소비자교육을 통해 소비자 불매운동에 대한 책임의식을 제고시킬 필요가 있다.

둘째, 주관적 규범이 직접적으로 불매운동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 주관적 규범은 소비자들이 불매운동을 할 때 중요한 타인들로부터 받는 압력, 기대, 인정에 대한 개인적인 지각이다. 불매운동은 단순히 개인적인 구매중지 행위가 아니라 집단적인 운동으로 그에 파급력이 더 크게 나타났다. 따라서 불매운동은 윤리적인 소비행동이라는 인식이 개별적인 소비자에게 각인시키는 것보다 전반적인 사회적 분위기를 조성하는 것이 불매운동의도를 높이는 데 도움이 될 것이다. 이러한 사회적 분위기가 형성될 수 있도록 정부 및 소비자단체의 정확한 정보제공 및 적극적인 홍보활동이 요구된다.

셋째, 불매운동의도에 부정적 기대감정 변수는 불매운동열망을 매개로 간접효과만이 있는 것으로 나타났다. 즉 부정적 기대감정은 불매운동의도에 바로 연결되는 것이 아니라 반드시 불매운동열망 형성을 통하여 행동의도가 이루어짐을 알 수 있었다. 또한 긍정적 및 부정적 기대감정 중에 부정적 기대감정만 불매운동열망에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소비자들은 어떠한 행동에 대한 실행여부를 판단할 때, 그 행동의 결과로 나타나는 정서적 결과 즉, 기대되는 감정을 고려한다[51]. 본 연구에서 불매운동열망 영향을 미치는 요인으로서 긍정적 기대감정보다 부정적 기대감정이 더 유의하게 나타난 것은 목표를 달성하였을 때 생겨나는 긍정적 감정결과보다 목표를 달성하지 못했을 때의 부정적 감정결과에 대해 소비자들은 더 많이 신경을 쓰고 중요시하고 있다는 것을 알 수 있다. 따라서 문제가 생긴 기업을 방치하고 불매운동에 소극적이라면 우리 사회에 어떠한 부정적인 결과를 초래할 수 있는지를 소비자들에게 자세하게 주입시키는 것이 중요하다고 판단된다.

넷째, 지각된 행동통제가 불매운동열망에 정적인 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 소비자들이 불매운동을 하는 데 용이하다고 생각할수록 불매운동열망이 더 높게 나타난 것이다. 따라서 소비자들이 불매운동의 실행에 대한 어려움을 감소시켜 소비자들의 불매운동열망을 높여야 한다. 이에 대한 일환으로 정부는 올바른 사회적인 분위기를 조성하여 소비자들이 불매운동할 때 느껴질 수 있는 부정적인 사회적 시선을 없애도록 노력해야 한다. 또한 소비자단체들은 소비자들이 불매운동을 쉽게 할 수 있도록 불매운동을 하는 방법에 대해 적극적으로 소비자교육을 실시해야 할 것이다.

끝으로, 기존의 전통적인 목표지향적 행동모델에서 제시되지 않았던 윤리적 소비성향이라는 변수를 적용하였으며, 윤리적 소비성향은 불매운동열망 및 불매운동의도에 모두 유의미한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 소비자들의 윤리적 소비의식을 제고시키는 것이 중요하다. 따라서 소비자들에게 불매운동은 소비자의 주권을 행사하는 것이라는 사실을 강조해야하며 이에 대한 다양한 윤리소비교육을 실시할 필요가 있다. 정부 및 소비자단체는 소비자들로 하여금 올바르게 불매운동을 할 수 있도록 적극적인 지원과 도움을 제공해야 한다. 그리고 기업에게는 사회적 문제를 일으키고 비윤리적으로 경영을 하면 소비자들로부터 외면을 받을 수 있기 때문에 사회적 책임을 다하는 윤리 경영을 해야 함을 시사해준다.

이상의 본 연구에 대한 제한점과 후속연구를 위한 제언을 제시하면 다음과 같다. 본 연구에서는 목표지향적 행동모델에 집중하여 윤리적 소비성향만 추가 변수로 연구를 진행하였다. 따라서 향후 연구에서는 윤리적 소비성향 이외에 불매운동의도에 중요한 영향을 미치는 다양한 변수가 추가될 필요가 있다. 또한 본 연구에서는 불매운동의도에 대해 온라인, 오프라인에서의 불매운동의도로 구분하지 않고 진행하였다. 온라인과 오프라인의 불매운동 참여환경은 다를 수 있으므로 이를 구분하여 파악하는 것도 의미가 있으리라 본다.

Declaration of Conflicting Interests

The authors declared that they had no conflicts of interest with respect to their authorship or the publication of this article.

References

1. Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. In Action control (pp. 11-39). Springer Berlin Heidelberg.
2. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179-211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T
3. Bagozzi, R. P. (1992). The self-regulation of attitudes, intentions, and behavior. *Social Psychology Quarterly, 55*(2), 178-204. http://dx.doi.org/10.2307/2786945
4. Bagozzi, R. P., & Edwards, E. A. (1998). Goal setting and goal pursuit

in the regulation of body weight. *Psychology and Health, 13*(4), 593-621. https://doi.org/10.1080/08870449808407421

5. Bagozzi, R. P., & Kimmel, S. K. (1995). A comparison of leading theories for the prediction of goal-directed behaviours. *British Journal of Social Psychology, 34*(4), 437-461. https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1995.tb01076.x
6. Bartsch, K., & Wellman, H. M. (1995). *Children talk about the mind*. New York: Oxford University Press.
7. Bhattacherjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: an expectation-confirmation model. *MIS Quarterly, 25*(3), 351-370. http://dx.doi.org/10.2307/3250921
8. Carrus, G., Passafaro, P., & Bonnes, M. (2008). Emotions, habits and rational choices in ecological behaviours: The case of recycling and use of public transportation. *Journal of Environmental Psychology, 28*(1), 51-62. https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.09.003
9. Chen, J. (2010). *The moral high ground: perceived moral violation and moral emotions in consumer boycotts* (Unpublished doctoral dissertation). University of Oregon, Oregon, US.
10. Chun, K. H., Hong, Y. G., Yoon, M. A., & Song, I. S. (2010). *Good consumption ethical consumption*. Seoul: Sigmapress.
11. Chun, K. H., Hong, Y. G., Yoon, M. A., Song, I. S., Lee, S. L., Shim, Y., et al. (2017). *Happy consumption Ethical consumption*. Seoul: Sigmapress.
12. Dong-A News Team. (2017, June 5). 'HOSIGI' Chairman Accusations of indecent assault...'Boycott' VS 'A guilty offense'. *The Dong-A Ilbo*. Retrieved October 5, 2017, from http://news.donga.com/3/all/20170605/84720112/2#csidx2750bbb916cc881abc4dd50993823f5
13. Farah, M., & Newman, A. (2010). A socio-cognitive approach to exploring consumer boycott intelligence. *Journal of Business Research, 63*(4), 347-355.
14. Fishbein, M., & Stasson, M. (1990). The role of desires, self-predictions, and perceived control in the prediction of training session attendance. *Journal of Applied Social Psychology, 20*(3), 173-198. https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1990.tb00406.x
15. Friedman, M. (1985). Consumer boycotts in the United States, 1970-1980: Contemporary events in historical perspective. *Journal of Consumer Affairs, 19*(1), 96-117. https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1985.tb00346.x
16. Friedman, M. (1995). On promoting a sustainable future through consumer activism. *Journal of Social Issues, 51*(4), 197-215. https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1995.tb01355.x
17. Friedman, M. (1999). *Consumer boycotts: Effecting change through the marketplace and the media*. New York: Psychology Press.
18. Gengler, C. E., Klenosky, D. B., & Mulvey, M. S. (1995). Improving the graphic representation of means-end results. *International Journal of Research in Marketing, 12*(3), 245-256. https://doi.org/10.1016/0167-8116(95)00024-V
19. Go, H. S. (2016, December 22). "Part time job overdue wages is rectal abscess" E-Land Boycott campaign. *The Hankyoreh*. Retrieved October 2, 2017, from http://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/775808.html
20. Han, H., & Hwang, J. (2014). Investigation of the volitional, non-volitional, emotional, motivational and automatic processes in determining golfers' intention: Impact of screen golf. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 26*(7), 1118-1135. https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2013-0163
21. Han, H., & Ryu, K. (2012). The theory of repurchase decision-making (TRD): Identifying the critical factors in the post-purchase decision-making process. *International Journal of Hospitality Management, 31*(3), 786-797. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.09.015
22. Hong, Y. G. (2009). *A case study of ethical consumer in Korea* (Unpublished doctoral dissertation). The Catholic University, Seoul, Korea.
23. Hong, Y. G., & Song, I. S. (2010). A case study of ethical consumer in Korea. *Korean Consumption Culture Association, 13*(2), 1-25.
24. Huh, E. J. (2011). The determinants of consumer`s attitude and purchase intention on the ethical products. *Journal of Consumer Studies, 22*(2), 89-111.
25. Huh, E. J., & Kim, W. S. (2012). Consumers` ethical consumption behavior and related factors. *Journal of Consumer Studies, 23*(4), 105-130.
26. Jae, M. K., & Jeon, H. R. (2013). Analysis of behavior in consumer boycotts type based on the extended theory of planned behavior. *Korean Consumption Culture Association, 16*(4), 191-213.
27. Jeon, H. R. (2013). *The consumer boycott participation and ethical consumerism regarding the types of the perception* (Unpublished doctoral dissertation). University of Ulsan, Gyeongsangnamdo, Korea.
28. Jeon, H. R., & Seo, J. H. (2015). Relevance between consumer boycott participation and perception types on the consumer boycotts. *Family and Environment Research, 53*(2), 143-155. https://doi.org/10.6115/fer.2015.011
29. Jeong, S. Y. (2017, July 3). Owner being bossy franchise sales fall off sales. *Naeil Shinmoon*. Retrieved October 3, 2017, from http://www.naeil.com/news_view/?id_art=242620
30. Kim, D. H. (1996). *Development and application of a measurement instrument of consumption propensity* (Unpublished master's thesis). Korea Advanced Institute of Science and Technology, Daejeon, Korea.
31. Kim, H. Y., Ryu, K. S., & Ryu, H. S. (2016). Purchasing intention of products in organic grocery stores: Comparison of extended theory of planned behavior and model of goal-directed behavior. *Journal of Foodservice Management, 19*(1), 391-411.
32. Kim, J. H., & Yoon, M. H. (2015). The effect of anticipatory emotions on consumer complaining, dissatisfaction resolution, and goal-outcome emotions: A longitudinal study. *Journal of Marketing*

Studies, 23(3), 137-156.

33. Kim, J. H., Chang, M. H., & Kim, D. C. (2015). Effects of customer`s green concerns on intension of visiting eco-friendly restaurant using model of goal-directed behavior. *International Journal of Tourism and Hospitality Research, 29*(3), 151-168.
34. Kim, J. H., Yoon, M. H., & Kim, J. S. (2012). Customer complaining as a goal-directed behavior. *Journal of Marketing Studies, 20*(4), 1-22.
35. Kim, J. S., & Jung, S. Y. (2016). A study on behavioral intention of O2O service using the model of goal-directed behaviour. *Journal of the Korean Society for Supply Chain Management, 16*(2), 11-22.
36. Klein, J. G., Smith, N. C., & John, A. (2004). Why we boycott: Consumer motivations for boycott participation. *Journal of Marketing, 68*(3), 92-109. https://doi.org/10.1509/jmkg.68.3.92.34770
37. Ko, J. Y., Song, H. J., & Yoo, E. Y. (2014). Predicting wine purchasing intention using extended model of goal-directed behavior. *Korea Journal of Tourism Research, 38*(4), 11-36.
38. Lee, C. K., Song, H. J., Bendle, L. J., Kim, M. J., & Han, H. (2012). The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goal-directed behavior. *Tourism Management, 33*(1), 89-99. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.006
39. Lee, D. K. (1996). Consumer boycott: current status and evaluation. *Journal of Consumer Policy Studies, 18*, 139-159.
40. Lee, H. S., & Joo, Y. H. (2011). The role of empathy in online boycotting: Focused on consumer's affective approach. *Korean Consumption Culture Association, 14*(2), 25-43.
41. Lee, H. S., An, G. H., & Ha, Y. W. (2015). *Consumer behavior*. Seoul: JyuHyunJae Publishing.
42. Lee, K. H., & Richard, P. B. (2009). Why we do things together with others: Goal directed behavior and group identity. *Korean Consumption Culture Association, 12*(4), 71-90.
43. Lee, S. Y. (2012). *A study of ethical consumerism tendency of consumer and purchasing intention* (Unpublished doctoral dissertation). Sookmyung Women's University, Seoul, Korea.
44. Lee, Y. J., & Yun, J. H. (2017). An effect on using motivation and perceived risk of the potential users of the sharing economy toward desire and intention to use. *Journal of Tourism Sciences, 41*(5), 109-127. http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2017.41.5.109.127
45. Maeil News Team. (2015, January 9). Wemakeprice dismissal controversy, power passed off from power dismissal. *Maeil Business Newspaper*. Retrieved October 9, 2017, from http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2015&no=27583
46. Nam, M. J. (2013). *Predicting foreign tourists' goal-directed adoption intention toward a new type of Korean quick service restaurant* (Unpublished doctoral dissertation). Hanyang University, Seoul, Korea.
47. Neilson, L. A. (2010). Boycott or buycott? Understanding political consumerism. *Journal of Consumer Behaviour, 9*(3), 214-227. http://dx.doi.org/10.1002/cb.313
48. Oatley, K., & Johnson-Laird, P. N. (1987). Towards a cognitive theory of emotions. *Cognition and Emotion, 1*(1), 29-50. https://doi.org/10.1080/02699938708408362
49. Park, H. R. (2011). Understanding internet purchase behaviour based on model of goal-directed behaviour: Focused on need for cognition. *The Korean Journal of Advertising, 22*(2), 67-95.
50. Park, J. H., & Kim, Y. J. (2010). *Ethical Consumption*. Seoul: Medici Media.
51. Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology, 40*(1), 79-98. https://doi.org/10.1348/014466601164704
52. Ryu, M. H. (2015). Influences of the characteristics of boycott on online boycott intention in consumers in the 20's and 30's: Focusing on the moderating effects of the awareness of consumer roles. *Consumer Policy and Education Review, 11*(3), 115-136. https://doi.org/10.15790/cope.2015.11.3.115
53. Shim, K. H. (2013). *Effect of perceived corporate legitimacy on consumer behavioral intention: the mediating role of perceived product values and the moderating role of propensity for ethical consumption tendency* (Unpublished doctoral dissertation). Hong IK University, Seoul, Korea.
54. Shiu, E. M., Hassan, L. M., Thomson, J. A., & Shaw, D. (2007). *An empirical examination of the extended model of goal-directed behaviour: Assessing the role of behavioural desire*. ACR European Advances.
55. Song, H. J., & Lee, C. K. (2010). Predicting behavioral intentions for visitors to integrated resort casino using model of goal-directed behavior. *Tourism & Leisure Research, 22*(5), 341-360.
56. Song, H. J., Lee, C. K., Kang, S. K., & Boo, S. J. (2012). The effect of environmentally friendly perceptions on festival visitors' decision-making process using an extended model of goal-directed behavior. *Tourism Management, 33*(6), 1417-1428. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.004
57. Uusitalo, O., & Oksanen, R. (2004). Ethical consumerism: a view from Finland. *International Journal of Consumer Studies, 28*(3), 214-221. https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2003.00339.x
58. Woo, J. P. (2012). *Understanding of structural equation*. Seoul: Han Narae.
59. Woo, M. Y. (2014). *A study on the consumer boycott: Factors to influence on both online and offline boycotts* (Unpublished master's thesis). Ewha Womans University, Seoul, Korea.
60. Zint, M. (2002). Comparing three attitude-behavior theories for predicting science teachers' intentions. *Journal of Research in Science Teaching, 39*(9), 819-844. https://doi.org/10.1002/tea.10047