



Factors Affecting Ethical Consumption: Applying Extended Planned Behavior Theory and Motivation Theory

확장된 계획된 행위이론과 동기이론에 기한 소비자의 윤리적 소비행위에 미치는 영향요인 분석 연구

Pil Rye KIM(김필레)¹, Sang Beom PARK(박상범)²

Received: January 15, 2020. Revised: November 29, 2020. Accepted: December 05, 2020.

Abstract

Purpose: The purpose of this study is to grasp the concept of ethical consumption that is inevitably one of the behaviors of consumption and to find factors affecting ethical consumption. The most special idea of this study is including motive in the research model. And motive will influence the factors affecting the intention to behave. **Research design, data, and methodology:** Considering variables affecting ethical consumption, we first adopted the Theory of Planned Behavior. There are three variables of attitude, subjective norm, and perceived behavior control in the model. In addition to variables used in the Planned Behavior Theory, ethical duty, self-identity, motive, neutralization, ambivalence are included in the study. Questionnaires are made for survey, and investigation was conducted from 1th March to 11th of March. Total 360 copies are used for analysis. SPSS version 23 was used for analysis. **Results:** Study results show that first, the variables of attitude, subjective norm, perceived behavioral control, ethical duty, self-identity are turned to be statistically significant factors affecting ethical consumption intention. In this study, we defined the ethical consumption as voluntary, self-sacrifice needed, and additional efforts required behavior, therefore motive thought to be needed at first for individual consumer to form intention. For neutralization and ambivalence, neutralization does not affect ethical consumption directly or indirectly, but we found ambivalence has moderating effect while motive affecting attitude, perceived behavior control, self-identity and has moderating effect while attitude, subjective norm, perceived behavior control, self-identity affects intention. Ambivalence means individual consumer's thought or preoccupation toward ethical consumption, in other words, consumer may have friendly or unfriendly, positive or negative impression to it. Overall, motive and ambivalence are important factors for ethical consumption. Motive plays some role from the start influencing main factors affecting ethical consumption. Ambivalence also functions by moderating variables. Thinking of ambivalence taking account of essence of ethical consumption, some consumers may have pretext or justification for not doing ethical consumption which may again annoy themselves. **Conclusions:** In conclusion, for intention to ethical consumption to be formed motive should be activated beforehand and ambivalence should be considered. Negative ambivalence toward ethical consumption should be removed and positive ambivalence should be developed.

Keywords : Ethical Consumption, Planned Behavior Theory, Theory of Motive, Ethical Duty, Self-Identity, Neutralization, Ambivalence

JEL Classification Code : D01, D12, D61

1. Introduction¹

윤리적 소비란 상품이나 서비스를 구매하고자 할 때 소비에 따른 효용 뿐 아니라 윤리적 가치판단을 기준으로 한다는 의미이다. 소비자는 소비의사 결정에 있어서 합리적인 경제주체이며 건강은 물론 환경, 인권, 사회, 동물복지 등에 관심을 갖는 윤리적 소비주체라 할 수 있다 (Pak & Kang, 2009).

과학기술문명의 급속한 발전은 효율적이고 대규모 생산을 가능하게 하고 빠르고 편리한 운송수단을 제공하여 생활의 편리함과 윤택함을 가져다 주었다. 그러나 제한된 자원의 고갈, 탄소가스 배출에 따른 온난화 등 기후변화, 산업폐기물 등에 의한 환경오염 등은 인류의 생활 전반에 대한 제약은 물론 경우에 따라서는 많은 생물체의 생존에 위협을 주는 단계까지 이르고 있다.

이러한 상황에서 윤리적 소비는 국내에서는 물론 범세계적으로 주요 관심사가 되고 있으며, 하나의 소비트렌드로 자리잡고 있다 (Oh & Chang, 2012). 2005 년 교토의정서, 2007 년 맥켄지 보고서에도 윤리적 소비를 부각시키고 있다. 소비트렌드는 기업의 경영활동에도 지대한 영향을 주어 최근 경영의 화두가 되고 있는 ESG 경영 역시 환경을 최우선시하는 경영방침을 강조하고 있으며, 사회적 책임과 윤리적 측면을 고려하는 경영이 되도록 하고 있다. 윤리적 소비는 개인의 건강과 활력은

물론 기업경영에도 영향을 주게 된다는 점, 나아가 사회전반에 걸친 친사회적 생활분위기 조성 그리고 자연환경보호와 자원절약 등 우리의 미래에 지대한 영향을 미칠 수 있으므로 이를 심화할 필요가 있다고 할 것이다.

그러나 윤리적 소비 역시 소비행위의 일환이고 따라서 기본적으로 소비행동이라는 성격을 벗어나지 않는다. 소비행위란 자신이 보유하고 있는 재화를 투하해서 서비스 혹은 소비재를 소비하고 효능을 얻는 것이다. 즉 보유 재화투입이라는 일종의 희생이 따르는 것이다. 따라서 이러한 행위를 장려하고 확대하기 위해서는 그 속성을 면밀히 분석할 필요가 있다. 일반적인 소비행위 관련 의사결정은 합리적 소비행위를 가리키고, 합리적 소비행위란 비용 대비 효용극대화를 추구하는 것이다 (Kwon & Lee, 2000). 다만, 윤리적 소비행위의 경우 효용극대화의 효용이 통상적인 효용에 더하여 보람이나 윤리적 만족 등 다른 측면의 요소들이 추가로 포함되게 된다. 따라서 인지적 측면의 합리성만으로 설명되지 않는 부분이 존재하게 되고 여기에 영향을 미치는 요인 또한 다르게 된다.

윤리적 소비에 대한 개념정의, 윤리적 소비의 유형 등에 대한 연구는 상당히 수행되었으며, 윤리적 소비에 영향을 미치는 요인에 대한 연구 역시 어느 정도 수행되었으나 (Chatzidakis et al., 2016), 개념에 대한 정리, 영향요인 탐색 그리고

1 First Author. Ph.D. Candidate, Department of Business Administration, Korea Aerospace University, Korea. Email: kimm8283@hanmail.net

2 Corresponding Author, Professor, Department of Business Administration, Korea Aerospace University, Korea, Email: psb2214@hanmail.net

© Copyright: The Author(s)

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted noncommercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

체계적인 측면에서 볼 때 아직 미흡한 점들이 존재한다고 판단된다. 예컨대, 내부감정(internal tensions) 혹은 중립적 태도(neutralization)와 같이 소비자가 소비 관련 결정을 하고자 할 때 자신의 의향과 사회적 기여 또는 환경에 대한 기여 사이의 균형에 대해 생각할 때 마주할 수 있는 내적 갈등이 존재한다. 또한 윤리적 소비라는 의사결정에는 양면적(ambivalence) 감정 혹은 모호성이 개입할 수 있다. 양면적 감정이란 윤리적 소비와 같은 태도대상(attitude object)에 나타날 수 있는 긍정적 감정과 부정적 감정이 병존하는 현상을 가리킨다. 이러한 감정들이 윤리적 소비 관련 의사결정에 영향을 미칠 수 있을 것이라 생각할 수 있으며, 무엇보다 윤리적 소비와 같이 비자발적인 의사결정에는 그러한 행위를 하고자 한 동기가 결정적 역할을 하게 된다고 볼 수 있다.

본 연구에서는 이러한 점에 대한 보완 및 분석을 하고 정리를 해 보고자 한다.

2. Theoretical Background

2.1. 윤리적 소비

2.1.1. 윤리적 소비의 개념

윤리적 소비가 무엇인가 하는 질문은 윤리가 무엇인가 라는 질문만큼이나 답하기 쉽지 않은 문제이다. 이에 따라 학자들의 견해 역시 다양하게 표출되고 있다. 윤리적 소비란 상품이나 서비스를 선택할 때 환경이나 윤리적 측면을 고려하는 것을 말한다고 하거나 (Cowe & Simon, 2000), 윤리적 소비는 구체적으로 에너지 절약 및 자원절약 그리고 이를 통한 환경보호, 유기농 음식 선택과

로컬구매, 동물복지, 공정무역과 노동인권 지지, 원자력 반대, 독재국가 제품 불매운동을 등을 포함한다고 하고 있다 (Witkowski & Reddy, 2010). 윤리적 소비란 사회적 책임과 같은 기존의 환경 및 사회적 이슈는 물론 개인의 건강과 가치를 포함한다 더 넓은 개념으로서 다양한 의미를 포함한다고 본다. 윤리적 소비 관련 연구자들의 정의를 요약해 보자면 다음 표와 같다.

Table 1: Concept of Ethical Consumption

Researcher	Definition
Dictionary	Consumer's decision, choice regarding products and service purchase according to his/her own ethical value
Mintel(1994)	Shopping considering ethical issues including suppressive system and military expenses and animal issues
Uusitalo & Oksanen(2004)	Considering ethical and moral aspects including protection of child and labor union, animal stress for production and distribution
Cowe & Williams(2000)	Consumption considering environment and ethics when selecting products and services
Barnett(1998)	Consumer control
Hong & Shin(2010)	altruistic act caring and respecting others and society and seeking just society in terms of consuming
Ko & Jun(2010), Cowe & Simon(2000), Szmigin & Carrigan(2006)	Consumption based on belief caring and respecting others, society, and environment in terms of consumption
Huh(2011)	considerate and conscious selection when choosing consumption based on individually, moral beliefs
Hong & Song(2009)	practicing social responsibility according to one's own individual and moral beliefs
Hong & shin(2010)	Caring and respecting oneself, others, society and environment in terms of personal consumption
Chun & Song(2012)	subjective consumption, consumption of production process conscious, caring others and forgoing consumption, and sustainable consumption
Jung & Oh(2013)	consumption considering not only self-centered interest but society related issues including fair trade, animal welfare, labor standard

주) 선행연구들을 바탕으로 연구자 정리.

2.1.2. 윤리적 소비의 분류

윤리적 소비에는 다양한 형태가 존재하며 이를 분류해 보자면 다음 표와 같다.

Table 2: Classifying Ethical Consumption

Researcher	standard	classification
Harrison et al.(2006)	focusing trend of ethical purchase	unethical product boycott/active purchase of ethical products/ethical evaluation and comparison/ethical production and education/possible DIY
Hong & Song(2008)	consumption process	ethical investment, distributing resources act eco-friendly products, fair trade, local purchase act energy, water use act separate collection disposal act voluntary simplifying the whole consumption process
	social responsibility	responsibility of economic/legal/ sustainable consumption/coeval
Hong & Shin(2010)	standard of consumption	cheating, damage, contamination, illegal fair trade, donation and sharing, society-cognitive, local consumption, green purchase, use, and dispose, restrain and simplifying
Lee(2017)	ethical consumption act/social and ethical consumption/ green consumption	right act/fair trade product and local consumption/ consumption considering environment

주) 선행연구들을 바탕으로 연구자 정리.

2.2. 윤리적 소비 관련 연구

윤리적 소비 관련 연구는 다음과 같이 분류해 볼 수 있다. 우선, 윤리적 소비의 내용 관련 연구들이 있다 (Clark & Underberger, 2007; Harrison et al., 2005; Park & Kang, 2009; Hong & Shin, 2010). Park and Kang(2009)는 윤리적 소비의 개념 및 실태에 대한 고찰을 통해 윤리적 소비의 개념을 설명하고 윤리적 소비의 실제상황에 대해 조사·보고하고

있고, Hong and Shin(2010)은 대학생들의 윤리적 소비인식 정도 및 영향요인에 대해 분석하고 있다.

둘째, 윤리적 소비의 특성 관련 질적 분석연구들이 있다 (Hong & Song, 2008; Ko & Jun, 2009). 윤리적 소비 관련 연구들은 상당 부분이 질적 연구방식으로 수행되어왔고 (Park & Kang, 2009), 그것은 윤리적 소비가 국내 소비자들에게 인식되기 시작한 것이 그리 오래 전의 일이 아니고 본격적인 연구 역시 시작하게 된 시점이 2000년대 들어와서 부터이기 때문이라고 볼 수 있다. 따라서 개념정립, 연구대상 설정, 연구방법 채택 등에 있어 준비단계에 있었다고 해도 과언이 아닐 것이다. Hong and Song (2008)은 친환경농산물 구매 관련 9인의 주부들을 대상으로 그 동기에 대해 분석하고 있다. 또한 Ko and Jun (2010)은 윤리적 소비 특성과 전망에 대해 논하고 있다.

셋째, 윤리적 소비는 녹색소비, 친환경소비, 유기농농산물 소비 등 다양한 분야를 포함하고 있으며, 이러한 개별측면의 소비에 대한 연구 역시 개별적으로 수행되고 있다. 예컨대, 공정무역제품 구매 관련 윤리적 소비자행동 분석에 대한 연구들이 있다(Lee et al., 2009; Cha & Ha, 2010).

넷째, 윤리적 소비 관련 종합적인 접근이라고 할 수 있는 윤리적 소비행동 영향요인 관련 연구들이 있다 (Shaw & Shiu, 2002; Huh, 2011; Oh, 2014; Jun, 2016; Chung & Oh, 2013). 물론 이러한 연구는 공정무역 측면, 유기농산물 구매행위 측면, 미세먼지 저감노력 등 환경을 고려한 소비행태 측면 등을 통하여 이루어지기도 한다. 종합적 접근은 대체로 사회인지적 접근 (Ajzen, 1985, 1991), 규범활성화 모델 (Schwartz, 1977), 마케팅윤리의 일반이론 (Hunt

& Vitell, 1986, 1992, 2006)에 주목한다 (Chatzidakis et al., 2016)

소비행위 역시 소비의사결정 그리고 소비행위로 이어지는 과정을 거치게 된다. 행위에 대한 설명으로 설명력이 가장 높다고 알려져 있는 합리적 행위이론 및 계획된 행위이론에서는 행위의도가 행위를 매개한다고 본다. 실제로 실증연구에서는 행위를 관찰하기 어렵다는 점에서 행위의도에 대한 연구를 수행하는 경우가 많다.

윤리적 소비 관련 선행연구들 가운데 Shaw and Shui (2002)은 연구모델을 설정하고 수정된 계획된 행위이론이라 명하고 있는데, 윤리적 상품에 대한 구매의도를 설명하기 위한 변수로 태도(attitude), 주관적 규범(subjective norm), 지각된 행위통제(perceived behavioral control) 그리고 윤리적 의무(ethical obligation), 윤리적 정체성(self-identity)을 포함시키고 있다. 수정된 계획된 행위모형이란 이름은 계획된 행위이론에서 설정하고 있는 변수들인 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제에다가 윤리적 의무와 윤리적 정체성을 추가한 데에서 유래하고 있다 (Shaw & Shui, 2002).

이러한 의도는 계획된 행동이론이 이타주의와 비합리적 동기 등에 대해 제한적 설명력을 보인다는 측면을 보완하기 위함이다. 즉 개인의 도덕적 신념이 윤리적 제품 구매로 이어지지 않는 결과를 보이는 선행연구들에 대하여 계획된 행위이론에 의하여서는 설명에 부족함이 있게 되기 때문이다(Caprara, Alessandri, & Eisenberg, 2012; Chatzidakis, Kastanakis, & Stathopoulou, 2016). 계획된 행위이론은 이밖에도 개인의 과거행동(경험), 동기적 요인 및 감정적 요인을 고려하지 않고

있다는 점 등이 한계로 지적되고 있다 (Baggozi, 1992).

후속 논문들에서는 Shaw and Shui(2002)가 보고한 윤리적 의무와 윤리적 정체성이 윤리적 상품의 구매의도뿐 아니라 태도에도 영향을 미친다는 점을 확인하기 위한 연구, 또는 소비자가치, 효율성, 이타주의, 신뢰, 동기 등의 변수를 추가하는 방향으로 연구를 수행하고 있다. 후속 연구들의 연구결과는 다양하게 나타나고 있다.

다만 이러한 연구들의 한계로는 행위 자체에 대한 분석이 미흡하거나 연구모델에 행위를 맞추고자 하는 방향으로 연구가 수행된 것으로 보인다. 다시 말하자면 행위이론에서 행위의도를 분석하기 위해서는 행위의 특성에 대한 분석이 먼저 이루어져야 할 것이고 그 분석결과에 따라 행위의도에 영향을 미칠 수 있는 영향요인 추정이 이루어져야 할 것이라 판단된다. 또한 윤리와 도덕, 규범 등에 대한 개념정의가 필요해 보인다.

본 연구에서 살펴보고자 하는 윤리적 소비 역시 소비행위이며 소비행위를 윤리적 측면에서 분석해 보고자 하는 것이다. 소비행위는 기본적으로 효용극대화 추구하고 있다 (Park & Kang, 2009). 즉, 주어진 예산 하에서 효용이 극대화될 수 있도록 의사결정을 한다고 본다. 합리적 의사결정을 가정한다. 물론 이러한 의사결정에 대해 과시적 소비, 타인 추종적 혹은 모방적 소비 등 비합리적 소비로 보이는 행태가 존재한다.

윤리적 소비라고 하더라도 소비라는 점이 배제되는 것은 아니어서 효용추구라는 일차적 목적이 기본이 되겠으나 윤리적 측면이 반영됨으로써 보람, 만족, 자부심을 느끼고, 후손과 환경에 대한 배려, 책임감에 기한 행위를 했다는

만족감을 충족하는 효과를 거둘 수도 있다. 윤리적 소비는 후자에 더 큰 비중을 두는 경우를 가리킨다고 할 수 있을 것이다.

2.3. 윤리적 소비행위의 특성

행위에는 다양한 종류와 모습이 있다. 일상의 다양하고 복잡한 많은 행위 중 소비행위의 특징은 주목적이 효용을 얻고자 하는 것이다. 즉, 도덕이나 윤리, 규범 혹은 당위성의 문제 보다는 자신의 재화를 희생하고 반대급부로 얻게 되는 효용을 우선적 목적으로 하는 것이다. 이러한 측면에서 소비행위 의사결정의 일차적 요소는 가격효율성이다. 다만 윤리적 소비행위의 경우는 단순한 소비행위에 윤리적 요소와 규범적 요소, 사회와 주변인에 대한 인식, 환경에 대한 책임감 등의 요소들을 고려하는 것이다. 여기에 더하여 윤리적 소비 관련 지식수준이 영향을 미칠 것이라 판단된다.

윤리적 소비행위 역시 행위의도가 행위로 이어지기 위한 조건들이 존재한다고 판단된다. 다만 이러한 조건보다는 행위의도에 영향을 미치는 요인들을 분석하기 위한 것이 본 연구의 일차적 목적이다. 이러한 측면에서 윤리적 소비행위에 앞선 윤리적 소비행위 의도를 분석해 보고자 한다.

윤리적 소비행위는 통상의 소비행위의 특성인 경제행위이며 구매행위, 선택행위이고 자발적 행위, 의도적 행위이자 도덕적 행위, 윤리적 행위이다. 이와 더불어 단독행위일 수 있고 집단(단체)행위일 수도 있다. 효율적 행위여부 또는 합리적 행위여부는 논란의 여지가 있어 보인다.

윤리적 소비행위의 경우 해야 하는 당위의 문제가 아니고 해도 되고 안 해도 되나 가급적 하고자 하는 의지에 기한 의사결정이어서 의무감이나 책임감이 개입될 소지가 크지만 강제적 규범, 지시적 규범, 혹은 명령적 규범이 작용할 여지는 크지 않다고 판단된다. 본인의 자발적 의사결정 문제라는 차원에서 개인이 인식하는 사회적 규범이 반영되는 주관적 규범의 영향 하에 이루어지게 되는 의사결정이라고 본다.

3. Research Model

3.1. 선행연구에서 선정한 요인

선행연구에서 나타난 윤리적 소비 관련 행위의도를 설명하고자 하는 영향요인들(factors)을 살펴보자면 다음 표와 같이 요약될 수 있다.

Table 3: Factor Affecting Behavior Intention at Previous Research

Subject	Factors	Researcher
eco-friendly behavior intention and consumption intention	ethical norm, subjective norm/ social norm, motive(internal and extrinsic), perceived risk	Kim & Park(2015), Koo et al.(2020), Lee(2020), Shaw & Shiu(2002)
ethical product consumption	ethical duty, self-identity, altruism, trust, positive anticipation	Shaw & Shiu(2002)
ethical consumption act	personal characteristics(altruism, knowledge, self-control capability, materialism oriented), consumption society recognition(consumer right, consumer responsibility, social responsibility), reward and punishment	Lee et al.(2017),
research on ethical consumption	ethical duty, self-identity, altruism, positive anticipation	Park & Kang(2009), Hong & Shin(2010), Harrison et al.(2005)
attitude toward and purchase intention of	consumer value, ethical duty, perceived consumer efficiency(human	Oh & Chang(2012), Huh(2011),

ethical products	relationship, altruism)	Shaw & Shiu(2002)
------------------	-------------------------	-------------------

이상의 나열된 요인들을 정리해 보자면, 도덕적 규범, 주관적 규범/사회적 규범, 동기, 지각된 위험, 윤리적 의무, 자아정체성, 자아동일시, 이타주의, 신뢰, 긍정적 예기정서 등이다. 이들 요인들을 분류해 보자면, 규범적 측면, 자연과 사회, 후대 등에 대한 고려, 윤리적 의무, 신뢰와 윤리적 소비를 통한 기대감 등이라 할 수 있다.

사람의 행위분석 관련 연구의 경우 가장 견고한 모델로 알려진 합리적 행위이론 그리고 이를 보완한 계획된 행위이론에 기반하고 있는 경우가 많다. 윤리적 소비행위의 경우 역시 별로 다르지 않다. 더불어 비윤리적 행위를 설명하는데에도 유용하다는 연구결과들이 제시되고 있다 (Harrington, 1996; Banerjee, 1998).

합리적 행위이론은 전적으로 사람의 행위는 의지(volition)에 의해 조절될 수 있는 것으로 보고 있다(Kurland, 1995). 이러한 가정에 기한 이론정립은 몇 가지 부분에서 미흡한 설명력을 보이고 있다. 예컨대, 사람의 행위 중에서 체계적 제약(systematic constraints) 등과 같이 강제되는 상황이나 제한이 주어진 상황 하에서의 행위에 대한 설명을 포괄하지 못하는 한계를 드러내고 있게 된다. 이를 보완하고자 합리적 행위이론을 확장하여 의지에 기하지 않고(non-volitional behavior), 목적을 가진(goal-directed) 행위까지 설명하고자 하는 의도가 나타나게 된다. 여기서 의지에 기하지 않고 목적을 가진 행위란 개인이 자신이 조절하지 못하는 요인에 의하여 잠재적으로 제약을 받는다고 지각하는 행위들을 뜻한다 (Netemeyer, Burton, &

Johnston, 1991; Fishbein & Stasson 1990). 의지에 기하지 않는다는 것은 자연현상이나 사람의 능력, 시간, 금전 등과 같은 요인들이 개입하여 인간의 힘으로 어찌할 수 없는 경우를 가리킨다 (Kuther, 2002).

합리적 행위이론을 체계적으로 보완하기 위해 고안된 것이 계획된 행위이론이다. 즉, 합리적 행위이론에 지각된 행위통제 변수를 추가하여 행위에 대한 포괄적 설명을 도모해 보고자 하였다. 그러나 계획된 행위이론 역시 부분적으로 한계를 보이게 되어 이를 보완 및 확장해 보고자 하는 노력들이 나타나게 된다. 이러한 노력은 크게 2 가지 방향으로 추진되고 있는데, 첫째는 계획된 행위이론에서 행위의도에 영향을 미치는 변인인 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제를 보완해 보고자 하는 방향이고, 또 다른 하나는 이들 3 개의 변인 이외에 과거행동, 경험 등 별도의 추가개념을 도입하여 이론을 확장해 보고자 하는 시도이다.

변인의 보완 관련 계획된 행위이론의 첫 번째 변인인 태도(attitude toward the behavior)를 측정할 때 주로 인지적 요소를 다룬다는 비판이 있다. 태도에 대한 개념적 측면 보다는 개념에 따른 측정상 문제점에 대한 이의제기이다. 행위의도에 영향을 미치는 것은 인지경험은 물론 후회나 쾌락과 같은 정서경험이 병렬적으로 작용하며 영향요인으로 작용한다는 주장이다 (Bagozzi, 1992).

다음으로, 두 번째 변인인 주관적 규범에 대한 보완이 필요하다는 문제제기이다. 계획된 행위이론에서 주관적 규범이 행위자 주변의 행위자 자신에게 중요하다고 생각하는 사람들이 어떻게 생각하는가에 대하여 지각하고 있는 규범인데

이러한 측면 이외에도 다른 규범적 요소들이 작용할 수 있다는 점이 비판론자들의 주장이다. 다른 규범적 요소들로는 집단 규범, 기술적 규범, 도덕적 규범 등이 제시되고 있다. 집단규범이란 자신이 소속되어 있는 준거집단 내에서 자신의 태도가 지지를 받고 있는지 여부, 얼마나 지지를 받는지에 대한 지각을 가리킨다. 기술적 규범(descriptive norm)이란 개인이 자신의 주위에 있는 자신에게 중요한 사람들이 어떠한 방식으로 행동하는가 또는 어떻게 행동할 것인가 하는 부분에 대한 지각을 말한다 (Lee, 2013; Cha, 2005; O'Keefe, 2002). 계획된 행위이론의 구성 요인 관련 규범에는 지시적인 부분(ought, injunctive)과 기술적인 부분(is, descriptive)이 모두 포함되어 있으며, 이 두 가지 부분은 사람이 행위를 수행하고자 하는 과정에서 동기로 작용하는 별개의 원천이어서 그 영향력 또한 차이를 낳을 수밖에 없다고 주장한다 (Rivis & Sheeran, 2013).

즉, 계획된 행위이론에서 주관적 규범은 특정 행위를 할 것인가 혹은 하지 않을 것인가 관련 개인이 지각하는 사회적 압력이라고 본다면 이는 지시적 규범이라고 할 수 있다. 이 규범의 경우 개인이 자신의 행위의도 및 행위 관련 주변의 중요한 사람들로부터 승인을 얻을 수 있을 것인가 혹은 얻지 못할 것인가에 대한 가능성을 통하여 행위를 동기화하게 된다. 이에 비하여 기술적 규범은 타인의 행위에 대하여 개인이 갖게 되는 지각을 가리킨다. 타인 가운데 영향력있는 사람의 행위는 개인의 행위의도 및 행위에 대한 지침 역할을 하게 되어 그런 행위를 따라 하게 될 수 있다. 더불어 많은 사람들이 특정한 행위를 한다면

그것은 용인되고 경우에 따라서는 바람직한 행위일 것이라고 생각하게 된다는 것이다.

도덕적 규범(moral norm: Ajzen, 1991)은 사물이나 사안, 상황에 대한 옳고 그름에 대한 신념을 가리키며 개인의 내면에 이미 내재해 있는 도덕적 규칙이 반영된 규범이고 행위 관련 책임감과 같은 것이다 (Conner, Graham, & Moore, 1999). 따라서 어떤 행위를 해야 한다가나 하지 말아야 할 것이라는 주변 지인들의 압력에 대한 지각이나 동조의도를 뜻하는 주관적 규범과 구분되는 개념이다. 도덕적 규범은 개인의 판단범주에 관한 것이어서 개인적 규범(personal norms) 혹은 도덕적 의무감(moral obligation) 등으로 칭하기도 한다 (O'Keefe, 2002). 도덕적 규범은 행위의도나 행위와 관련하여 마약이나 도를 넘는 음주, 콘돔 사용 등과 같이 도덕적 혹은 윤리적 영역에서의 규율이자 영향요인으로서 주관적 규범과는 다른 측면에서 영향을 미치는 것으로 받아들여지고 있다 (Conner et al., 1999).

다음으로 지각된 행위통제 개념과 관련된 논의이다. 합리적 행위이론이 행위는 온전히 의지에 기한 조절(volitional control)에 의해 좌우된다고 본다는 점에 그 한계가 있음이 파악되자, Ajzen (1988)은 행위자의 지각된 행위통제 개념을 모형에 도입하였으며, 행위자의 지각된 행위통제가 강할수록 행위를 수행할 가능성이 높아진다고 보았다. 그러나 이에 대한 실증연구 결과들은 일관된 결과를 보이지 않는다는 것으로 나타나고 있다 (Boyd & Wandersman, 1991; Randall & Gibson, 1991). 나아가 Fishbein and Stasson(1990)은 지각된

행위통제의 의미와 측정에 대해 의문을 제기하고 있다.

지각된 행위통제 개념은 개인이 자신의 관리능력 밖의 요인들에 의해 제약된다고 생각되는 무의지의 목표지향적인(non-volitional and goal-directed) 행위에 대한 예측력을 확장하기 위하여 고안된 변수이다 (Netemeyer, Burton, & Johnston, 1991; Fishbein & Stasson, 1990). 의지에 기하지 않는다는 것은 자연현상이나 사람의 능력이나 시간, 금전 등과 같은 요인들이 개입하여 인간의 힘으로 어찌할 수 없는 경우를 염두에 둔다는 것을 가리킨다 (Kuther, 2002). 결과발생 가능성에 대한 지각과 발생 관련 촉진 혹은 저해요인에 대한 지각이 포함되어 있다. 의지에 기한 행위의 경우 지각된 행위통제 변수는 설명력이 없을 것이며, 그것은 의도(intention)는 태도 및 주관적 규범에 의해 설명되어야 할 것이기 때문이다 (Gibson, 1992; Netemeyer et al., 1991).

이상의 계획된 행위이론에 대한 보완 관련 논의에 대하여 윤리적 소비행위라는 측면에서 살펴보자면, 태도는 측정상의 문제점을 보완하기 위해 정서적 측면이 반영된 문항을 포함시켜 보완하도록 하는 것이 바람직하다고 할 수 있다. 주관적 규범 관련 비판에 대하여 보자면 애초의 주관적 규범과 비판론자들이 제시한 집단적 규범, 기술적 규범, 도덕적 규범들에 대해 검토할 필요가 있다. 집단적 규범의 경우 사적인 의사결정 문제이므로 윤리적 소비행위와는 관련이 적고, 기술적 규범은 애초의 주관적 규범이 제시하는 개념과 차이가 적다고 볼 수 있다. 그리고 도덕적 규범은 윤리적 소비행위가 도덕적 기반이 반영되는 것이라 볼 수 있다. 따라서 애초의 주관적 규범과

그 규를 달리한다고 보기 어렵다. 결국 계획된 행위이론에서 말하는 주관적 규범은 윤리적 소비행위의 경우 그대로 적용하는 것이 바람직하다고 판단된다.

계획된 행위이론은 기본적으로 이성적 선택을 설명하기 위한 모델이어서, 이타주의와 같이 이성적 선택과는 규를 달리하거나 행동으로 이어지는 과정에서 비이성적 동기는 무시되는 경향이 있다. 또한, 개인적 규범이나 윤리적 의무 등에서 반영되는 선과 악에 대한 개인감정이 생략되고 있다. 그러나 개인감정은 도덕적 행위연구에서 중요하다. 이에 따라 윤리적 소비행위를 설명하고자 할 때 도덕적 규범과 규를 달리하는 윤리적 의무감을 포함시키는 것이 필요하다.

계획된 행위이론에서 도입한 주관적 규범은 도덕적 평가에 기한 윤리적 의무 대신 사회적 기대라는 형태로 전통적 책임에 초점을 맞춘다. 또한 계획된 행위이론은 행위자를 사회적 구성체로 보기보다는 심리적 개체라고 보고자 한다. 이에 따라 사회적으로 정의되는 영향들을 포괄하여 아우를 수 있는 스펙트럼을 형성하는데 어려움을 겪게 된다. 정체성이론(identity theory)에서는 개인의 자아개념은 사회조직 내의 자신의 위치에 상응하는 위계적 역할인식에 맞춰 조성된다고 본다 (Chang et al., 1988). 그리하여 어떤 행위가 자신의 역할과 연계된다고 볼 때 행위자는 자신의 정체성에 맞추게 된다고 보는 것이다. 윤리적 소비 관련 행위자는 자신의 사회적 역할에 대한 정체성 자각을 하게 되고 의도에 영향을 미치게 된다고 본다.

소비자가 소비 관련 결정을 하고자 할 때 자신의 의향과 사회적 기여 또는 환경에 대한 기여 사이에 균형을 맞추고자 하는 중립적 태도 혹은 내부감정이 존재한다. 자신의 의향이란 윤리적 소비를 하고자 할 경우 비용지출을 수반하게 되고 추가적 노력 등이 요구되는 데에서 오는 자기합리화 성향이다. 즉, 윤리적 소비를 하지 않더라도 스스로를 합리화할 수 있다는 생각이다. 이러한 내적 갈등을 설명하는데 있어 계획된 행위이론은 미흡한 측면이 있다. 예컨대, Schwartz (1977)의 규범활성화 모델에서는 친사회적 행위를 위한 비용이 클 경우 소비자는 자신의 책임범위를 넘어서기 때문에 규범 활성화가 되지 않는 상황이라고 단정하고자 하는 행위를 설명하기 위해 방어적인 혹은 책임부정 개념을 도입한다. 이러한 조절 효과적 측면은 나눔행위, 에너지 절약행위 등을 설명하는 데에서 유의하게 나타나고 있다.

또한 윤리적 소비라는 의사결정에는 양면적(ambivalence) 감정이 개입할 수 있다. 양면적 감정이란 윤리적 소비와 같은 태도 대상(attitude object)에 나타날 수 있는 긍정적 감정과 부정적 감정이 병존하는 현상을 가리키며 모호성이라고도 한다. 소비행위 가운데 특히 윤리적 소비 관련 실증분석 가운데 양면적 감정에 대한 광범위한 연구결과가 보고되어 있다 (Devinney, et al., 2010). 윤리적 소비와 유사한 친환경 행동 관련 연구에서 Costarelli and Colloca (2004)는 양면적 감정이 의도에 독립적 영향을 미친다는 것을 밝히고 있으며, Casto et al. (2009)는 태도가 의도에 영향을 미치는 가운데 조절효과가 있음을 보이고 있다.

한편, 합리적 행위이론에서는 행위는 사람의 의지에 의해 조절될 수 있다고 전제하고 있다. 그러나 행위를 좀 더 구분해 보자면 수동적 행위가 있고 능동적 행위가 있으며, 윤리적 소비행위와 같은 경우 능동적 행위라 볼 수 있고, 이러한 능동적 행위 혹은 적극적 행위에는 행위를 시도하고자 하는 원인이 존재한다고 본다. 행위의 원인은 단순히 영향을 미치는 요인들이 아니고 이들 요인들이 영향을 미치도록 하는데 촉발작용을 하는 경우를 가리킨다.

윤리적 소비행위를 생각하게 되는 시작은 동기를 부여받은 시점부터라고 볼 수 있다. 동기는 본능적 동기는 물론 인지적 속성을 지닌 동기 역시 존재한다 (Clark Hull, 1952). 동기는 내적 동기와 외적 동기로 구분할 수 있다. 내적 동기란 사람에게 내재하는 내재적 요인으로서 사회구성원으로서의 책임감, 신념, 동정심, 행복감 등에서 발현하는 동기이다. 이에 비하여 외재적 동기란 환경적 요인으로 경제적 이익, 세제혜택, 사회로부터 오는 요청, 나눔이나 배려를 실천하는 본인이나 가족, 주변의 전통과 분위기, 문화 등이다 (Kang et al., 2011). 동기-감정-결과 모형(motivation-emotion-outcome model)에 의한 행위분석 결과를 보자면 동기는 주로 감정적 부분에 영향을 미치고 다시 행위의도 및 행위에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 즉, 계획된 행위이론에 투영하여 보자면 태도, 주관적 규범, 지각된 행위 등 통제 변인에 사전적으로 영향을 미칠 수 있다는 것으로 볼 수 있다.

3.2. 가설

이상의 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정한다. 첫째, 계획된 행위이론에서 행위의도에

영향을 미치는 영향요인으로 채택된, 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제는 윤리적 소비에 영향을 미친다고 가정한다. 이에 따라 다음 가설들을 설정한다.

H1: 태도(attitude)는 윤리적 소비의도에 영향을 미칠 것이다.

H2: 주관적 규범(subjective norm)은 윤리적 소비의도에 영향을 미칠 것이다.

H3: 지각된 행위통제(perceived behavioral control)는 윤리적 소비의도에 영향을 미칠 것이다.

계획된 행위이론이 반영하는데 부족함을 보이는 윤리적 의무감, 자기정체성, 중립적 태도(내부감정), 양면적 감정(모호성) 역시 윤리적 소비의도에 영향을 미친다고 가정한다. 따라서 다음 가설들을 설정한다.

H4: 윤리적 의무감(ethical obligation)은 윤리적 소비의도에 영향을 미칠 것이다.

H5: 자기정체성(self-identity)은 윤리적 소비의도에 영향을 미칠 것이다.

H6: 중립적 태도(neutralization) 혹은 내부 감정(internal tensions)은 윤리적 소비의도에

직접적 영향을 미치거나, 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제가 윤리적 소비의도에 영향을 미치는 가운데 조절효과를 가질 것이다.

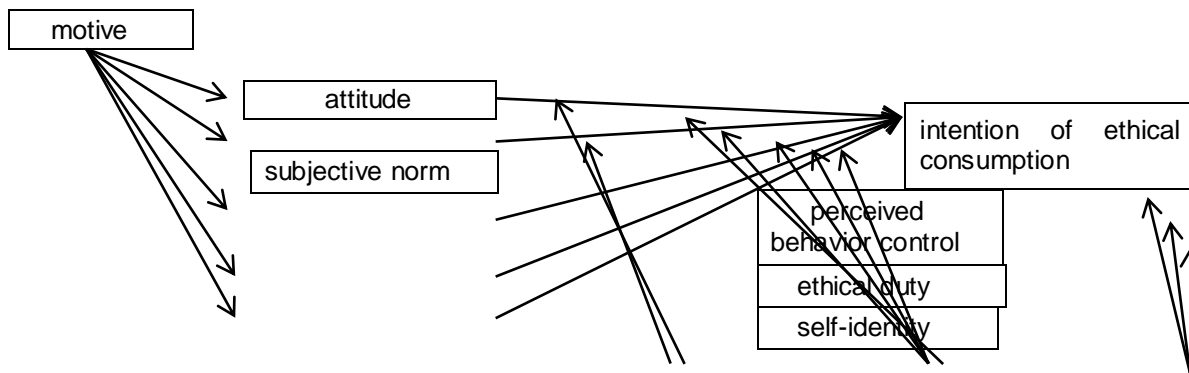
H7: 양면적 감정(ambivalence) 혹은 모호성은 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제가 윤리적 소비의도에 영향을 미치는 가운데 조절효과를 가질 것이다.

윤리적 소비와 같은 비용을 수반하는 자발적 행위에는 사전에 동기에 의해 영향을 받게 된다. 이에 의거 다음과 같이 가설을 설정한다.

H8: 동기는 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제, 윤리적 의무, 자아정체성에 영향을 미친다.

3.3. Research Methodology

이상의 연구모형을 도식화해 보자면 다음과 같다.



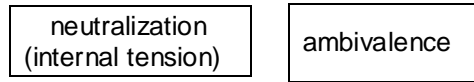


Figure 1: Research Model

이상의 가설에 대한 검증을 위하여 설문조사를 하고자 하며 설문문항은 다음과 같다.

Table 4: Questionnaire

Variables	Contents	Reference/Previous study
attitude	Ethical consumption is useful Ethical consumption is valuable Ethical consumption is rewarding Ethical consumption is positive	Oh & Chang (2012), Huh (2011), Shaw & Shiu (2002)
subjective nom	People important to me support ethical consumption Most of people important to me think that I have to do ethical consumption People influential to me support ethical consumption I am expected to do ethical consumption	Huh (2011), Shaw & Shiu (2002)
perceived behavior control	I think ethical consumption is easy I think I can do ethical consumption if I intend to It is up to me whether I do ethical consumption or not I can determine whether I do ethical consumption or not for myself	Oh & Chang(2012), Shaw & Shiu(2002)
ethical duty	I have ethical duty to do ethical consumption I feel I should do ethical consumption I think doing ethical consumption is right	Oh & Chang (2012), Shaw & Shiu (2002)
self-identity)	To do ethical consumption is important to me I think I am a person thinking ethics regarding consumption I am the type of person of ethical consumption	Huh (2011), Shaw & Shiu (2002)
neutralization	I can justify my not doing ethical consumption I have various objections about ethical consumption I have reasons of not doing ethical consumption	Schwartz (1977)
ambivalence	My thought about ethical consumption is contradictory Considering friendly side of ethical consumption how much are you friendly? Considering unfriendly side of ethical consumption how much are you unfriendly? Considering positive side of ethical consumption how much are you positive? Considering negative side of ethical consumption how much are you negative?	Chatzidakis & Kastanakis (2016), Devinney, et al.(2010), Costarelli and Colloca (2004)
motive	Somebody around me has requested me to do ethical consumption I have met ethical consumption by mass media People around me do ethical consumption	Kang et al.(2011), Lee et al.(2012)
intention	I intend to do ethical consumption I am expected to do ethical consumption I have intention to do ethical consumption	Huh (2011), Oh & Chang (2012), Shaw & Shiu (2002)
personal characteristics	sex, age, marital status, occupation, income, education background	

4. Analysis

본 연구를 검증해 보기 위하여 설문조사를 실시하였다. 설문은 모두 400 부를 작성하여 무작위로 조사하여 모두 376 부를 회수하였으며 (코로나 사태의 위중함으로 인하여 설문조사 업체를 통하여 조사하였음), 그 중 하자가 없다고 판단되는 응답지 360 부를 대상을 분석을 실시하였다. 분석은 SPSS 프로그램을 기반으로 하였다.

4.1. 실증분석 결과

설문조사 결과 응답자들의 특성은 다음과 같다. 표본의 일반적 특성으로는 응답자 324 명 중에

남성과 여성은 각각 211 명(56.2%), 165 명(43.8%)를 보이고 있다. 연령은 20 대 이하가 52 명(16%), 20-30 대가 81 명(25%), 30-40 대가 79 명(24.4%), 40-50 대가 75 명(23.1%), 50-60 대가 17 명(5.2%), 그리고 60 대 이상이 20 명으로 6.2%로 나타나고 있다.

4.2. 요인분석 결과

변수들에 대한 요인분석 결과는 다음 표에 요약되어 있다. 요인분석은 주성분분석을 사용하였으며 적재치 단순화를 위해 직교회전방식(varimax)으로 수행하였다.

Table 5: Results of Factor Analysis

Construct	Factor					Reliability
	Attitude	Subjective norm	Perceived behavior control	Ethical duty	Commonality	
Q1_1 Q1_2 Q1_4	.828 .849 .815				.686 .724 .664	.775
Q2_1 Q2_2 Q2_3 Q2_4		.804 .790 .823 .789			.646 .624 .678 .623	.813
Q3_2 Q3_3 Q3_4			.781 .812 .800		.611 .660 .639	.714
Q4_1 Q4_2 Q4_3				.830 .879 .877	.689 .772 .770	.826
Eigen-value	2.071	2.572	1.910	2.230		
variance (%)	69.048	64.293	63.653	74.350		

Table 6: Results of Factor Analysis_continued

construct	factor					reliability
	self-identity	neutralization	motive	intention	commonality	
Q5_1 Q5_2 Q5_3	.851 .871 .870				.724 .758 .757	.830
Q6_1 Q6_2 Q6_3		.800 .826 .754			.639 .682 .569	.703

Q8_1			.781		.609	
Q8_2			.802		.644	.706
Q8_3			.798		.637	
Q9_1				.881	.775	
Q9_2				.863	.746	.828
Q9_3				.845	.715	
Eigen-value	2.239	1.890	1.890	2.235		
variance(%)	74.647	63.009	62.996	74.516		

주) 양면적 감정(모호성)의 경우, 모호성측정, 긍정적 측면 측정, 부정적 측면 측정으로 구분되어 있다.

위 표에서 요인분석결과는 공통성 기준으로 기준값 이하인 설문을 제외하면 별다른 문제점이 발견되지 않고 있어 계획대로 다음 단계로 진행하였다. 다음 단계는 가설검증 단계이다.

4.3. 가설검증 결과

가설 1, 2, 3, 4, 5, 8 에 대한 분석 결과는 다음 표에 요약되어 있다. 가설분석은 회귀분석을 통하여 검증하였다.

Table 7: Results of Hypothesis Test

indep. variable	depen. variable	std. err	beta	t	signf.	statistic
motive	attitude	.042	.236	3.96	.000	R2=.056 F=15.756
	subj.norm	.051	.349	6.083	.000	R2=.119 F=37.000
	prceivd beh. cont	.045	.300	5.131	.000	R2=.090 F=28.325
	ethical duty	.055	.301	5.154	.000	R2=.091 F=26.568
	self-identity	.054	.334	5.789	.000	R2=.112 F=33.511
attitude	intention	.066	.372	6.532	.000	R2=.138 F=42.670
subj.norm	intention	.050	.447	8.141	.000	R2=.196 F=66.269
perceived behv. control	intention	.059	.412	7.381	.000	R2=.167 F=54.476
ethical duty	intention	.042	.612	12.618	.000	R2=.372 F=159.21
self-ident.	intention	.046	.506	9.556	.000	R2=.256 F=91.325
neutralization	intention	.057	-.047	-7.60	.448	R2=.002 F=.577
ambivalence	intention	.048	-.098	-1.604	.110	R2=.010 F=2.573

위 요약에서 우선, 계획된 행위이론에서 제시된 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제는 모두 통계적으로 유의하게 윤리적 소비의도에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다.

다음으로 동기는 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제와 같은 계획된 행위이론이 제시하고 있는 변인들에 대하여 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타나고 있다. 윤리적 소비행위의 경우 개별 소비자의 자발적 의사결정이며 일상의

통상적인 행위보다 좀 더 생각과 노력이 추가되어야 이루어질 수 있는 영역이다. 따라서 이럴 경우 의도에 이르기 위해서는 영향요인들에게 영향을 미치는 과정이 작동하기 이전에 동기가 있어야 할 것이라 예측할 수 있으며 분석결과에서 역시 유의한 결과를 보이고 있다.

다음으로 본 연구에서 설정한 가설 6, 7 로 선행연구들과 구분이 되는 변수인 중립적 태도(내부감정)과 모호성에 대한 분석결과이다.

우선 독립적 태도(내부감정)의 직접적 영향 여부 분석 및 조절효과 분석결과는 모두 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. 그리고 양면적 감정(모호성) 역시 직접적 영향을 미치지 않는 것으로 나타나고 있다.

다음으로 윤리적 소비 관련 양면적 감정(모호성)의 조절효과 분석결과이다. 조절효과분석은 Baon and Kenny(1986) 방식을 채택하였다.

Table 8: Results of Analyzing Moderating Effects

indep.var.	dep. var.	Moderating var.	model	change of R2	change of F	change of significance probability of F
attitude	intention	ambivalence	1	.366	153.324	.000
			2	.024	10.607	.001
			3	.008	3.663	.057
motive	attitude	ambivalence	1	.066	18.738	.000
			2	.014	3.955	.048
			3	.027	7.992	.005
subj. norm	intention	ambivalence	1	.304	116.086	.000
			2	.014	5.600	.019
			3	.043	17.927	.000
percved behavior control	intention	ambivalence	1	.304	116.086	.000
			2	.014	5.600	.019
			3	.043	17.927	.000
motive	prcvd. behavior control	ambivalence	1	.061	17.431	.000
			2	.036	10.525	.001
			3	.812	2384.652	.000
self-identity	intention	ambivalence	1	.539	310.922	.000
			2	.015	8.729	.003
			3	.011	6.668	.010
motive	self-identity	ambivalence	1	.521	288.960	.000
			2	.020	11.457	.001
			3	.005	2.999	.084

주) 모형 1은 독립변수와 종속변수, 모형 2는 독립변수 2개와 종속변수, 모형 3은 독립변수 2개와 상호작용항 그리고 종속변수로 이루어진 회귀분석 모형임.

위 요약 표에서 양면적감정(모호성)은 동기가 태도, 지각된 행위통제, 자아정체성에 영향을 미치는 과정에서 조절효과를 보이고 있으며, 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제, 자아정체성이 윤리적 소비의도에 영향을 미치는 과정에서 또한

조절효과를 갖는다는 것을 볼 수 있다. 다만, 태도가 윤리적 소비의도에 영향을 미치는 과정에서 조절효과는 유의확률 F 변화량이 0.057 이고 동기가 자아정체성에 영향을 미치는 과정에서 조절효과의 유의확률 F 변화량이 0.084 로 나타나고 있어

일반적인 사회과학에서 적용되는 0.05 의 범위를 약간 벗어나고 있으나 그 범위를 0.1 로 다소 확대해서 보자면 조절효과를 가지고 있다고 확대 해석할 수도 있다고 본다.

양면적 감정(모호성)이란 윤리적 소비에 관하여 이중적 생각을 가지고 있다는 것이고 우호적이거나 비우호적이고 긍정적이거나 부정적일 수 있다는 것이다. 이러한 사전적 생각이 동기가 태도, 지각된 행위통제, 자아정체성에 영향을 미칠 때 관여를 하게 되며, 또한 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제 그리고 자아정체성이 윤리적 소비에 영향을 미치는 과정에도 관여를 한다는 것이다.

5. Conclusion

5.1. 연구의 요약

본 연구에서는 윤리적 소비행위에 영향을 미치는 영향요인에 대해 분석해 보았다. 선행연구들을 기초로 부족하거나 미흡한 부분들에 대한 수정 보완에 노력하였으며, 핵심요인으로 동기, 내부감정과 모호성을 추가하여 분석해 보았다.

연구결과는 다음과 같다. 첫째, 상당수의 연구에서 보고된 계획된 행위이론에서 주장하는 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제가 유의한 영향을 미치며 더불어 선행연구 결과들과 맥을 같이 하는 결과를 보이고 있다. 여기에 더하여 선행연구를 따라 윤리적 소비행위가 자발적이며 추가적으로 이타적인 측면인 선과 악에 대한 개인감정이 포함된 윤리적 의무를 포함시켰으며, 사회적 존재 인식을 반영한 자아정체성을 포함시켰다. 이들 변수들은 모두 윤리적 소비의도에

통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다 (Shaw & Shui, 2002).

본 연구에서는 윤리적 행위의 특성을 분석하여 자발적 행위이며, 통상적인 행위보다 자기희생, 추가적 노력이 소요된다는 점을 감안하여 이러한 행위에 이르기 위해 사전에 필요한 조건이라고 판단되는 동기를 포함시켰다. 분석결과 동기는 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제, 그리고 윤리적 의무와 자아정체성에 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀지고 있다.

여기에 더하여 윤리적 소비와 같은 행위에 존재할 수 있는 중립적 태도(내부감정)과 양면적 감정(모호성)을 추가하여 분석해 보았다. 그 결과 중립적 태도(내부감정)은 별다른 특이한 결과를 보이고 있지 않으나 양면적 감정(모호성)의 경우, 윤리적 행위의도에 직접적으로 유의한 영향을 미치지 않는으나, 양면적 감정(모호성)은 동기가 태도, 지각된 행위통제, 자아정체성에 영향을 미치는 과정에서 조절효과를 보이고 있으며, 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제, 자아정체성이 윤리적 소비의도에 영향을 미치는 과정에서 또한 조절효과를 갖는다는 것을 볼 수 있다.

양면적 감정(모호성)이란 윤리적 소비에 관하여 이중적 생각을 가지고 있다는 것이고 우호적이거나 비우호적이고 긍정적이거나 부정적일 수 있다는 것이다. 이러한 사전적 생각이 동기가 태도, 지각된 행위통제, 자아정체성에 영향을 미칠 때 관여를 하게 되며, 또한 태도, 주관적 규범, 지각된 행위통제 그리고 자아정체성이 윤리적 소비에 영향을 미치는 과정에도 관여를 한다는 것이다.

5.2. 연구의 시사점

이상을 해석해 보자면, 첫째, 윤리적 행위도구가 있기 위해서는 동기가 필요하다는 것이다. 윤리적 소비를 확대하고 장려하기 위해서는 필요성 인식을 일깨우기 위한 홍보, 소비운동, 캠페인 등이 있어야 하고 이를 통해서 동기부여를 받을 필요성이 제기된다고 하겠다. 이러한 결과는 Harrison et al. (2005)가 주장한 윤리적 소비행위 증가요인으로 들고 있는 시장캠페인의 효과, 시민운동단체의 성장 등과 일맥상통한다고 할 수 있다. 윤리적 소비는 기업의 사회적 책임과 맞물려 있다(Park & Kang, 2009). 기업은 윤리적 생산에 주력하여야 하는 동시에 소비자의 윤리적 소비에 관심을 갖고 이를 활성화시키는데 앞장설 필요가 있다.

다음으로 양면적 감정(모호성)이 조절효과를 갖는 다는 점 또한 양면적 감정(모호성)이 영향력을 갖는다는 결과는 윤리적 소비행위 관련 개별 소비자가 사전에 갖고 있는 생각이 중요하다는 점을 가리키고 있다고 볼 것이다. 윤리적 소비가 하나의 트렌드로 자리잡고 있다고 볼 수 있지만 윤리적 소비가 추가적 비용과 노력을 수반하며, 그 효과성에 대하여 반신반의할 수 있다는 점을 고려하여 윤리적 소비에 대한 보람과 성취감을 느낄 수 있도록 홍보 및 설득을 하고 지속적 캠페인 등이 필요하다고 하겠다. 사회전반에 걸쳐 윤리적 소비의 필요성, 중요성을 알려서 개별소비자가 윤리적 소비에 대한 우호적이고 긍정적인 생각을 갖도록 하는 것이 중요하다고 하겠다.

5.3. 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구의 한계 중 하나는 설문응답자 분포가 20 대 비중이 높다는 점이다. 추가적인 실증분석으로 좀 더 견고한 결론이 도출되는지 여부를 검증해 볼 필요가 있다고 할 수 있다.

윤리적 소비는 다양한 모습과 성격으로 존재한다. 따라서 개별 모습과 성격을 구분하여 좀 더 세밀한 연구를 수행하는 것이 기대되며, 개인특성에 따른 연구 역시 수행해 볼 가치가 있다고 판단된다.

References

- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Homewood, IL: Dorsey Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bagozzi, R. P. (1992). The self-regulation of attitudes, intentions, and behavior. *Social Psychology Quarterly*, 178-204.
- Banerjee, D., Cronan, T. P., & Jones, T. W. (1998). Modeling IT Ethics: A Study of Situational Ethics, *MIS Quarterly* (22:1), 31-60.
- Barnett, R. C. (1998). Toward a review and reconceptualization of the work/family literature. *Genetic Social and General Psychology Monographs*, 124(2), 125-184.
- Boyd, B., & Wandersman, A. (1991). Predicting Undergraduate Condom Use with the Fishbein and Ajzen and the Triandis Attitude-Behavior Models: Implications for Public Health Interventions 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 21(22), 1810-1830.
- Caprara, G. V., Alessandri, G., & Eisenberg, N. (2012). Prosociality: the contribution of traits, values, and self-efficacy beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(6), 1289.

- Castro, P., Garrido, M., Reis, E., & Menezes, J. (2009). Ambivalence and conservation behavior: An exploratory study on the recycling of metal cans. *Journal of Environmental Psychology*, 29(1), 24-33.
- Cha, D. P. (2005). Understanding Binge-Drinking : A Test of the Theory of Planned Behavior. *Korea Journal of Journalism Communication & Information*, 49(3): 346-372.
- Cha, T. H., & Ha, J. Y. (2010). "Why do Consumers Purchase Fair Trade Products?: An Exploratory Study", *Journal of Consumer Culture*, 13(1), 1-20.
- Chang, H. W., J. A. Pilavin, & P. L. Callero. (1988). Role Identity and Reasoned Action in the Prediction of Repeated Behavior, *Social Psychology Quarterly*, 51, 303-357.
- Chatzidakis, A., Kastanakis, M., & Stathopoulou, A. (2016). Socio-cognitive determinants of consumers' support for the fair trade movement. *Journal of Business Ethics*, 133(1), 95-109.
- Chun, K. H., Song, I. S., Hong, Y. K., & Yoon, M. A. (2012). 'A Study on Changes in Cognition and Practice of Undergraduate Students After Taking the Course 'Consumption and Ethics'', *Korea Journal of Human Ecology*, 21(3), 505-526.
- Clark, D., & Unterberger, R. (2007). *The rough guide to shopping with a conscience*. Rough Guides.
- Conner, M., Graham, S., & Moore, B. (1999). Alcohol and intentions to use condoms: Applying the theory of planned behavior. *Psychology and Health*, 14(5), 795-812.
- Conner, M., & McMillan, B. (1999). Interaction effects in the theory of planned behavior: Studying cannabis use. *British Journal of Social Psychology*, 38(2), 195-222.
- Costarelli, S., & Colloca, P. (2004). The effects of attitudinal ambivalence on pro-environmental behavioral intentions. *Journal of Environmental Psychology*, 24(3), 279-288.
- Crowe, R., & Simon, W. (2000). *Who are the ethical consumers?* (pp. 1-44). Manchester: Cooperative Bank.
- Devinney, T. M., Auger, P., & Eckhardt, G. M. (2010). *The myth of the ethical consumer hardback with DVD*. Cambridge University Press.
- Fishbein, M., & Stasson, M. (1990). The Role of Desires, Self-Predictions, and Perceived Control in the Prediction of Training Session Attendance 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 20(3), 173-198.
- Gibson, A. M. (1992). *An empirical investigation into ethical decision making in accounting. Unpublished doctoral dissertation*. Washington State University, College of Business and Economics, USA.
- Harrison, R., T. Newholm, & D. Shaw. (2005). 'Introduction', in R. Harrison, T. Newholm, & D. Shaw (eds) *The Ethical Consumer*, pp. 1-8. London: SAGE.
- Harrington, S. J. (1996). The effect of codes of ethics and personal denial of responsibility on computer abuse judgments and intentions. *MIS Quarterly*, 257-278.
- Hong, E. S., & Shin, H. Y. (2010). The Ethical Consumptions and Related Variables of the Undergraduate. *Journal of Korean Home Management Association*, 28(5): 131-149.
- Hong, E. S., & Shin, H. Y. (2011). A study on ethical consumption behaviors of college students: Classification and analysis according to the ethical consumption behaviors. *Korean Journal of Human Ecology*, 20(4), 801-817.
- Hong, Y. G. (2009). *A case study of ethical consumer in Korea* (Unpublished doctoral dissertation). The Catholic University, Seoul, Korea.
- Hong, Y. G., & Song, I. S. (2010). A case study of ethical consumer in Korea, *Journal of Consumption Culture*, 13(2), 1-25. <http://doi.org/10.17053/jcc2010.13.2.001>
- Hong, Y. K., & Song, I. S. (2008). A Study of Cases of Ethical Consumption in the Analysis of Purchasing Motives of Environmentally-Friendly Agriculture Products, *Journal of Consumption Culture*, 11(3), 23-42.
- 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.
- Hull, C. L. (1952). *A behavior system; an introduction to behavior theory concerning the individual organism*.

- Jun, S. M. (2016). "The Influence of Consumers' Moral Development on Ethical Consumption Focusing on Moderating Effect of Moral Development on Ethical Purchase Behavior, *The Korea Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 17(4), 687-709.
- Jung, H. J., & Oh, K. W. (2013). Impacts of Ethical Consumption Beliefs on Attitudes toward Eco-Friendly Faux Leather Apparel Products and Mediating Roles of Perceived Consumer Effectiveness and Apparel Environmental Knowledge. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 37(2), 125-137.
- Kang, C. H. (2003). An Exploratory Study on individual Philanthropic Giving and Volunteering in Korea, *Korea NPO Review*, 2, 161-205.
- KIM, J. H., & Park, E. A. (2015). Determinants of Pro-environmental Behavior and Environmental Consumerism: Focusing on Norm and Motivation, *Journal of Consumer Studies*, 26(1), 1-22.
- Ko, A. R., & Jun, S. E. (2010). A Qualitative Study on Characteristics of Ethical Consumer: Focusing on Comparison between Well-being consumption and Ethical consumption, Conference Proceedings of The Korean Society of Clothing and Textiles, 152-152.
- Kurland, N. B. (1995). Ethical intentions and the theories of reasoned action and planned behavior 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(4), 297-313.
- Kuther, T. L. (2002). Rational decision perspectives on alcohol consumption by youth: Revising the theory of planned behavior. *Addictive Behaviors*, 27(1), 35-47.
- Kwon, M. H., Rhee, K. C. (2000). Variables Affecting on the Rationality of Consumption Behavior of Adolescent Consumers, *Journal of Korean Home Management Association*, 18(2): 175-190.
- Lee, J. K. (2013). A Study on the Determinants of Subscription Intention to Paid Local Newspapers among College Students Receiving NIE: With a Focus on Comparison between Prospective Ongoing Users and Non-users, *Media, Gender & Culture*, (27), 191-230.
- Lee, S. A, Kim, G. S., Song, J. G. (2009). "The Effect of Fair Trade on Consumer Behavior: In Terms of Ethical Consumerism", *Korean Management Review*, 38(1), 295-315.
- Lee, Y. H. (2017). "A Study on Ethical Consumption Behavior According to College Students' Personality Traits and Perception of Consumption Society. *Family and Environment Research*, 55(1), 27-44.
- Lee, Y. K., Song, Y. C. (2012). A Study on Factors Affecting Donation Intention: Planned Behavior Theory and Motivation Theory. *Korea Public Management Review*, 26(3), 189-211.
- Mintel (1994), The Green Consumer, *Mintel, London*, Vol. 1 and 2.
- Netemeyer, R. G., Burton, S., & Johnston, M. (1991). A comparison of two models for the prediction of volitional and goal-directed behaviors: A confirmatory analysis approach. *Social psychology quarterly*, 87-100.
- Oh, J. C., & Jang, H. S. (2012). A Study on the Ethical Consumption Applied to the Modified Theory of Reasoned Action. *Journal of Korea Service Management Society Symposium*, 199-220.
- O'Keefe, D. J. (2002). *Guilt as a mechanism of persuasion. The persuasion handbook: Developments in theory and practice*, 329-344.
- Park, M. H., Kang, Y. J. (2009). Study on the Concept and Practice of Ethical Consumption. *Korea Journal of Human Ecology*, 18(5), 1047-1062.
- Randall, D. M., & Gibson, A. M. (1991). Ethical decision making in the medical profession: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Business Ethics*, 10(2), 111-122.
- Rivis, A., & Sheeran, P. (2013). Automatic risk behavior: direct effects of binge drinker stereotypes on drinking behavior. *Health Psychology*, 32(5), 571-580.
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. *In Advances in experimental social psychology* (Vol. 10, pp. 221-279). Academic Press.
- Shaw, D., & Shui, E. (2002). An assessment of ethical obligation and self-identity in ethical consumer decision-making: A structural equation modeling approach. *International Journal of Consumer Studies*, 26(4), 286-293.

- Szmiagin, I., & Carrigan, M. (2006). Consumption and community: choices for women over forty. *Journal of Consumer Behavior*, 5(4), 292-303.
- Uusitalo, O., & Oksanen, R. (2004). Ethical consumerism: a view from Finland. *International Journal of Consumer Studies*, 28(3), 214-221.
- Witkowski, T. H., & Reddy, S. (2010). Antecedents of ethical consumption activities in Germany and the United States. *Australasian Marketing Journal*, 18(1), 8-14.