

## 소비자의 도덕성 발달이 윤리적 소비에 미치는 영향: 윤리적 구매행동에 대한 도덕성 발달의 조절효과를 중심으로\*

전 상 민†

호서대학교 산업심리학과

본 연구는 소비자의 도덕성 발달이 윤리적 소비에 미치는 영향력을 파악하고자 Ajzen의 계획된 행동이론을 사용하여 윤리적 식품의 구매결정과정의 구조모형을 설정하고, 윤리적 구매의도와 지각된 행동통제가 윤리적 구매행동에 미치는 영향에 대한 소비자 도덕성 발달의 조절효과를 검증하였다. 이를 위하여 윤리적 식품 구매경험이 있는 성인 소비자 564명을 대상으로 온라인 설문조사를 진행하였고, 구조방정식모형분석을 수행하였다. 소비자의 도덕성 발달 측정을 위하여 Kohlberg의 도덕성 발달이론에 근거하여 도덕성 발달 P(%점수를 측정하여 사용하였다. 분석 결과, 윤리적 구매태도와 지각된 행동통제는 윤리적 구매의도에, 윤리적 구매의도와 지각된 행동통제는 윤리적 구매행동에 정적 영향을 미쳤고, 주관적 규범은 윤리적 구매의도에 유의한 영향을 미치지 않았다. 소비자의 도덕성 발달은 윤리적 구매행동에 대한 윤리적 구매의도와 지각된 행동통제의 영향을 조절하는 것으로 나타났다. 도덕성 발달 수준이 높은 소비자가 낮은 소비자에 비하여 윤리적 구매행동에 대한 윤리적 구매의도의 영향력은 크고, 지각된 행동통제의 영향력은 적었다. 본 연구는 윤리적 구매의도 및 지각된 행동통제와 윤리적 구매행동 간의 격차를 소비자의 도덕성 발달을 통해 설명함으로써 윤리적 소비의 활성화 방안 수립의 유용한 시사점과 기초자료를 기업과 소비자교육기관, 연구자에게 제안하였다.

주요어 : 윤리적 소비, 도덕성 발달이론, 계획된 행동이론, 윤리적 식품

\* 이 논문은 2015년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임.  
(NRF-2015S1A5A8011951)

† 교신저자 : 전상민, 호서대학교 산업심리학과, smjun@hoseo.edu

## 서론

최근 윤리적 소비에 대한 관심이 높다. 소비자는 가격과 품질 뿐 아니라, 타인과 후손의 안녕과 동물복지, 환경보호를 고려하면서 제품을 선택한다. 지역 소상공인이 제작한 가구, 오염되지 않은 토양에서 화학 비료 없이 자란 유기농 야채, 동물의 복지를 고려한 축사에서 생활하는 가축의 육가공품, 자전거 페달을 밟아 기계를 돌리는 아이스크림 가게 등 윤리적 소비는 차세대 소비 트렌드로 자리 잡았다. SK플래닛 광고부문을서 발표한 2014년 빅데이터 트렌드 리포트에 따르면, 윤리적 소비는 실리추구형 소비, 적극적 능동적 소비와 함께 2014년 3대 소비 트렌드로 선정되었고, 2014년 윤리적 소비와 연관된 버즈는 월 평균 3,397건으로 전년 대비 15.3% 증가하였다 (Commhere, 2014). 특히, 윤리적 식품 시장 증가세가 두드러지는데, 한국농촌경제연구원에 따르면, 전년도 국내 친환경 농산물 생산 규모는 82여 만 톤으로 2000년 대비 20배 이상 증가하였고, 시장 규모도 2014년의 약 2조 4천억 원에서 2024년에는 약 4조 원 대로 증가할 것으로 예상되었다(중앙일보, 2015. 11. 27). Starr(2009)은 윤리적 소비주의를 제4의 소비자주의라고 주장하였다.

그런데, 윤리적 소비의 등장은 도덕성 부재와 상품화가 만연한 현대소비사회에서 역설적일 수 있다. 왜냐하면, 현대소비사회에서 합리적인 구매 결정 요소는 좋은 품질과 저렴한 가격, 이용하기 편리한 매장 등 소비자의 이익을 극대화시키는 항목들이기 때문이다. 실제로 윤리적 소비의 전체 시장 규모는 크지 않다. Nichollas와 Lee(2009)에 따르면, 실제로 공정무역제품 등 윤리적 제품의 시장점유율은

1% 미만이다. 이와 관련하여 몇몇 연구들은 윤리적 구매태도 및 구매의도와 구매행동 간의 격차가 상당하다고 보고하였다(유소이, 2012; Belk, Devinney, & Eckhardt, 2005; Tallontire, Rentsendorj, & Blowfield, 2001). 그렇다면, 윤리적 소비에 대한 높은 관심과 구매의도에 비하여 윤리적 구매행동으로 이어지지 않는 이유는 무엇일까? 이는 유소이(2012)가 지적한 비싼 가격과 부족한 유통 및 제품 종류 등 지각된 행동통제 관련 이슈 때문만은 아닐 것이다. 지각된 행동통제 수준이 높더라도 반드시 윤리적 구매행동으로 이어지지 않을 수 있기 때문이다. 문희강 외(2013)는 윤리적 소비태도가 윤리적 구매행동에 미치는 영향력을 조절하는 새로운 변수를 탐색할 필요가 있다고 지적하였고, De Pelsmacker와 Janssens(2007)는 소비자 개인의 윤리적 가치와 믿음체계가 태도를 형성하고 윤리적 구매행동에 영향을 미치므로 개별 소비자의 가치 관련 특성을 논의해야 한다고 제안하였다. 전상민(2016)은 소비자의 도덕성 발달이 윤리적 소비 동기의 발달에 긍정적 영향을 미친다고 보고하였다.

이에 본 연구는 윤리적 구매의도 및 지각된 행동통제와 윤리적 구매행동 간의 격차를 설명하기 위하여 소비자의 도덕성 발달에 초점을 맞추고자 한다. 왜냐하면, 윤리적 소비에 대한 높은 사회적 관심과 윤리적 제품 종류의 확대, 그리고 개인적 선호도가 있더라도 소비자 개인의 도덕성 발달 수준이 높지 않다면, 실제 구매행동으로까지 이어질 가능성이 낮을 수 있기 때문이다. 따라서 본 연구는 윤리적 소비의 구매결정과정을 인지적이고 의식적인 행동이라고 간주하고, 태도-행동 이론의 가장 영향력 있는 이론인 Ajzen(1985)의 계획된 행동

이론을 사용하여 윤리적 소비자의 구매의도가 실제 구매행동에 미치는 영향에 대한 소비자의 도덕성 발달의 조절효과를 검증하고자 한다. 또한, 윤리적 소비의 지각된 행동통제가 윤리적 구매행동에 미치는 영향력이 크다는 점을 감안하여 지각된 행동통제와 윤리적 구매행동 간의 관계에 대해서도 도덕성 발달의 조절효과를 파악할 것이다. 이를 통해 윤리적 소비에 대한 Ajzen(1985)의 계획된 행동 이론 모형의 설명력과 유용성을 제고하고, 윤리적 소비의 활성화를 위한 대고객 전략과 소비자 교육 방안을 소비자의 도덕성 발달 관점이라는 새로운 시각에서 제시하고자 한다.

## 선행연구의 고찰

### 윤리적 소비의 개념과 실태

윤리적 소비란, 소비생활에서 타인과 사회, 환경을 고려하고 존중하는 신념을 기반으로 한 소비이다(고애란, 전소은, 2010; 천경희, 송인숙, 2012; Cowe & Williams, 2000; Szmigin & Carrigan, 2006). 천경희와 송인숙(2012)은 윤리적 소비를 주체적 소비와 생산 과정을 인식하는 소비, 타인을 배려하고 절제하는 소비, 지속가능한 소비라고 정의하였고, 정혜정과 오경화(2013)는 소비자의 윤리적 신념을 사회적 책임, 친환경 소비, 동물복지, 개인적 이미지 향상과 자기만족 등의 차원으로 설명하였다. 홍은실과 신호연(2011)은 윤리적 소비를 상거래에서의 윤리적 소비, 동시대 인류를 위한 소비, 사회의식적 소비, 미래 세대를 위한 소비로 유형화하였다.

윤리적 소비에 적극적인 소비자는 주로 고

연령, 고학력자, 고소득자, 유종교자, 높은 사회적 책임의식과 낮은 물질주의, 윤리적 가치관을 갖춘 경우(정효선, 윤희연, 2008; 천경희, 송인숙, 2012; 최경숙, 2015; 허은정, 2011)와 개인 내·외적 지향이 쾌락지향보다 큰 경우(조명환, 정선자, 2012)인 것으로 나타났다. 또한, 사회적 가치(사회정의 실현, 부의 올바른 분배, 가난한 생산자 돕기)와 감정적 가치(행복감, 만족감)가 구매의도와 구매행동에 정적 영향을 미치는 것으로 보고되었다(김지용, 전효진, 조원영, 2014). 고애란(2009)은 표적집단 면접과 심층면접 결과를 토대로 사회적 책임감과 소비자 효과성 지각, 인간관계 중시, 이타적 자기 이미지 추구, 자선활동 지향, 부모로부터의 교육, 종교가 윤리적 소비자의 주요한 특성이라고 설명하면서 윤리적 구매행동의 주요 영향 변수는 구매 시의 긍정적 감정이라고 설명하였다. 허은정(2011)은 대졸이상과 월평균 가계소득이 500만 원 이상인 집단의 윤리적 구매태도와 구매의도가 상대적으로 높다고 하였고, 최경숙(2015)은 종교가 있고, 중상 이상의 지각된 사회계층에 속하며 대졸이상의 부모를 가진 청소년에게서 윤리적 소비행동 수준이 높다고 재사하였다. 반면, 비윤리적 소비경향이 높은 경우는 주로 여성, 20대, 종교가 없는 경우, 저소득층, 도시거주의 특성을 가진 소비자로 나타났다(김정훈, 2004; 이승희, 노유나, 2007). 윤리적 소비의 방해 요인으로 낮은 접근성과 홍보 부족, 제품의 다양성 부족, 낮은 품질과 디자인, 가격에 대한 부정적 평가 등이었다(Carrigan & Attalla, 2001). 윤리적 소비에 미치는 심리적 특성으로는 자아존중감, 자극추구성향, 물질주의 성향, 보상구매성향, 종교성향 등이 있으며, 자신의 목적을 위해 타인을 조정 설득하고자 하는 마키아벨

리즘 수준이 높고, 보상구매, 물질주의 높고, 신앙심이 낮으면 윤리적 소비 수준이 낮아졌다(이승희, 노유나, 2007).

윤리적 소비는 시장의 세계화와 시민운동단체 및 사회적 기업의 성장, 기술의 진보, 시장 캠페인의 효과 등으로 인해 확대하고 있는데(Harrison, Newholm & Shaw, 2005), 개인의 윤리적 이미지 구축과 타인에 대한 과시, 그리고 타인을 생각하는 이타적 심리가 윤리적 확대의 또 다른 요인으로 보고되었다(박미혜, 강이주, 2009; Nicholls, 2002). 이와 대조적으로 윤리적 소비의 확대에 회의적 시각도 있는데, 윤리적 소비에 대한 회의적 태도와 높은 구매의도와 달리, 윤리적 구매행동 수준은 낮다고 보고한 연구들이 그들이다. 유소이(2012)는 공정무역커피라는 윤리적 제품의 공공재적 성격으로 인해 높은 구매의도에 비하여 구매경험은 낮고, 이는 비싼 가격(가격 차이 지각)때문이라고 설명하였다. 그에 따르면, 윤리적 책임 지각은 구매의도에는 정적 영향을 미치는 반면, 구매행동에는 유의한 영향을 미치지 않았다(유소이, 2012). Tallontire 등(2001)은 윤리적 인식 수준은 높아지고 있지만, 이 때문에 윤리적 구매가 함께 증가하지는 않는다고 밝혔다. 심층면접을 통해 도덕성 발달이 윤리적 소비동기의 발달에 긍정적 영향을 미친다고 보고한 전상민(2016)은 도덕성 발달 수준이 높은 소수의 소비자에 한하여 상생과 신념·양심 등 도덕성 발달 상위 단계의 윤리적 소비동기가 발달하여 지속적이고 포괄적인 윤리적 소비행동이 나타나지만, 도덕성 발달 수준이 낮은 소비자의 경우에는 윤리적 구매행동이 일시적이고 제한적이라고 보고하였다. 이는 윤리적 소비시장에 대한 사회적 관심과 소비자의 호응은 높는데 반해 실제 시장 규모가

작은 현실과 일치하는 연구결과들이다. 그러나 전술한 윤리적 소비에 대한 국내외 연구동향을 정리하면, 다수의 선행연구들이 외부 환경(예: 시민단체의 성장, 캠페인의 효과, 기업의 사회적 책임에 대한 요구 등)과 소비자의 사회인구적 특성(예: 고연령, 고학력, 고소득, 유종교 등), 소비자 심리적 변수(예: 반물질주의 성향, 자아존중감, 이타적 이미지 추구, 윤리적 소비의식 등)가 윤리적 소비의 태도와 행동의도에 정적 영향을 미친다고 설명하는데 집중하여(고애란, 2009; 홍은실, 신호연, 2011; 이승희, 노유나, 2007; Callen & Ownbey, 2003; Harrison et al., 2005), 윤리적 제품에 대한 회의적 구매태도와 높은 구매의도가 왜 실질적인 구매행동으로 이어지지 않는가에 대한 논의는 부족하다.

#### 윤리적 소비와 계획된 행동이론

계획된 행동이론(theory of planned behavior)은 Ajzen(1985)이 합리적 행동이론(theory of reasoned action; Fishbein & Ajzen, 1975)을 확장한 이론으로 대표적인 태도-행동 모형이다. 계획된 행동이론은 구매행동을 분석한 연구에서 많이 사용되었고(Rhodes & Courneya 2003), 기존의 합리적 행동이론의 구성 항목인 태도, 행동의도, 행동, 주관적 규범에 지각된 행동통제를 추가하여 모형의 설명력을 높였음이 입증되었다(Ajzen, 1988, 1991).

윤리적 소비를 계획된 행동이론에 적용한 연구는 윤리적 소비가 본격화된 2000년대에 들어 등장하였다. Shaw와 Shiu(2002a, 2002b, 2003)는 공정무역 식품 소비에 대하여 계획된 행동이론을 최초로 적용하여 수정된 계획행동이론(modified theory of planned behavior)을 제시

하였다. 그들은 Ajzen(1985)의 계획된 행동이론에 윤리적 의무감과 자아정체성을 추가하여 구매의도에 대한 영향력을 검증하였는데, 윤리적 의무감과 자아정체성의 공정무역 식품의 구매의도에 미치는 영향력이 유의하다고 보고하였다(Shaw & Shiu, 2002a, 2002b, 2003). Shaw와 Shiu(2002a)는 자기 이익 추구 차원에서의 가격과 품질 외의 윤리적 의무감(ethical obligation)이 주요 변수로 작용함을 입증하였고, 윤리적 소비자는 가격, 취향 등을 고려하는 합리적 소비자와 달리 윤리적 이슈를 자아정체성과 연관 지어 윤리적 제품을 구매한다는 설명하였다. Shaw와 Shiu(2002b)는 수정된 계획된 행동모형에서 윤리적 의무감 변수를 태도 변수와 함께 내적 도덕성 차원으로 구성하였고, 윤리적 의무감과 자아정체성이 윤리적 구매의도 뿐 아니라, 윤리적 구매태도의 선행변수임을 입증하였다. Shaw와 Shiu(2003)는 공정무역 식품에 대하여 주관적 규범과 지각된 행동통제의 영향력이 상대적으로 낮다고 밝히면서 윤리적 의무감과 자아정체성이 구매의도에 미치는 영향력에 초점을 맞추었다.

국내에서는 김광석과 송장근, 이승아(2009)가 공정무역제품에 대한 윤리적 소비행동을 계획된 행동이론에 적용하여 변수 간 유의한 영향력을 확인하였다. 그들은 소비자의 윤리적 소비에 대한 지식과 신념이 태도와 구매의도에 영향을 미치기 때문에 계획된 행동이론을 사용하였다고 설명하면서 윤리적 의무감과 자아정체성이 윤리적 제품의 구매의도에 정적 영향을 미친다고 주장하였다(김광석 외, 2009). 허은정(2011)은 Shaw와 Shiu(2002a, 2002b, 2003)의 수정된 계획행동모형을 바탕으로 연구를 수행한 결과, 윤리적 구매태도가 구매의도에 가장 큰 영향력을 미치는 변수이고, 이타주의

가 윤리적 구매의도에 직접적으로 유의한 정적 영향을 미치며, 보편성 가치와 지각된 소비자 효율성, 윤리적 의무 등이 윤리적 구매태도를 매개로 하여 간접적으로 윤리적 구매의도에 정적으로 유의한 영향을 미친다고 보고하였다. 오종철(2014)은 계획된 행동이론에서 지각된 행동통제를 제외하고 수정된 합리적 행위이론을 적용하여 윤리적 의무감과 이타주의가 윤리적 구매태도와 구매의도에, 자아정체성은 윤리적 구매태도에, 긍정적 예기정서는 윤리적 구매의도에 유의한 영향을 미친다고 주장하였다.

이를 종합하자면, 윤리적 소비를 계획적 행동이론에 수정·적용한 대부분의 선행연구들은 도덕성과 관련된 윤리적 의무감이 구매의도에 정적 영향을 미친다고 보고하고 있으나, 일부 한계점을 갖는다. 우선, 상기 연구들의 연구모형에는 윤리적 구매행동이 포함되지 않아 윤리적 구매의도와 구매행동 간의 격차 등을 설명할 수 없다. 또한, 선행연구들은 윤리적 의무감 등의 변수를 기존 모형에 추가하거나 지각된 행동통제 등 기존 변수를 제외하는 등 임의로 모형을 수정하여 사용하였는데, 이를 뒷받침하는 이론적 배경이 부족하다. 또한, 이는 지금까지 오랜 기간 동안 검증되어 온 계획된 행동이론 모형의 외생변수들(예: 구매태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제)의 영향력을 왜곡시킬 우려가 있다. 이에 본 연구는 윤리적 구매행동을 계획된 행동이론 모형에 포함하고, 도덕성 변수를 연구모형의 외생변수가 아닌 윤리적 구매의도가 구매행동에 미치는 영향과 지각된 행동통제가 구매행동에 미치는 영향에 대한 조절변수로 투입하여 본 연구의 목적인 윤리적 제품의 구매의도 및 지각된 행동통제와 구매행동 간의 격차를 소비

자 개인의 도덕성 발달로 설명하고자 한다.

#### 윤리적 소비와 도덕성 발달 P(%)점수

도덕적 발달 P(%)점수는 Rest 등이 Kohlberg (1958)의 도덕성 발달 이론을 토대로 개발한 도덕성 발달 수준 측정법인 Defining Issues Test(이하 DIT)의 산출 수치이다(Rest, Cooper, Coder, Masanz, & Anderson, 1974). Kohlberg (1958)의 도덕성 발달 이론은 개인의 도덕성에 대한 가장 영향력 있는 이론으로 Piaget의 아동의 도덕 판단 연구를 발전시켜 성인과 사회와의 상호작용에 근거하여 개발되었다. 이 후, 20년간의 종단연구를 바탕으로 도덕성 발달 이론은 6단계의 도덕성 발달 단계로 정교화 되는데, 1단계는 처벌과 복종 지향의 타율적 도덕성, 2단계는 보상 지향의 개인주의 및 도구주의적 도덕성(1, 2단계: 인습 이전 수준), 3단계는 대인관계지향의 규범적 도덕성, 4단계는 법과 질서 지향의 사회체제의 도덕성(3, 4단계: 인습 수준), 5단계는 사회 계약정신 지향의 인권과 사회복지의 도덕성, 6단계는 보편적 도덕원리 지향의 규범적, 일반적 도덕성(5, 6단계: 인습 이후 수준)이다(문용린, 2011; Kohlberg, 1981, 1984: 전상민, 2016 재인용).

Kohlberg(1958)는 도덕성 발달 수준 측정을 위하여 The Moral Judgement Interview(이하 MJi 법)을 개발하였는데, 이는 하인츠 딜레마(아내의 병을 고치기 위하여 약을 훔칠 것인가)와 같은 도덕적 딜레마에 대한 개인의 결정 기준을 측정하는 방법이다. 이 후, Rest 등(1974)이 주관식 검사(생성과제)였던 MJi를 객관식 검사(재인과제)로 바꾸고, MJi의 한계점인 집단검사의 어려움과 채점의 주관성, 긴 면담시간 등을 보완하여 DIT와 P(%)점수를 개발하여 이

를 수정·보완하였다(Rest, 1986; Rest et al., 1999a, 1999b). 도덕성 발달 P(%)점수는 인습 이후 수준의 도덕적 사고인 도덕성 발달 5, 6단계에 해당하는 항목이 응답자의 도덕성 판단의 전체 항목(총 4개) 중 차지하는 백분위(%) 점수로, 도덕적 판단 수준을 의미한다. 예를 들면, 응답자가 도덕성 딜레마를 판단함에 있어 도덕성 발달 5, 6단계에 해당하는 항목들을 다른 단계의 항목들에 비해 중요하게 고려하였다고 응답하면, P(%)점수가 증가하는데, 가장 중요하다고 순위를 매기면 4점, 두 번째로 중요하다고 순위를 매기면 3점 등으로 총 네 번째까지 중요도 순위를 평가하게 하여 점수가 책정된다. Rest 등(1974)은 여섯 가지 도덕성 딜레마를 제시하였는데, 일부 딜레마의 평가 항목에 도덕성 발달 5, 6단계가 4개 이하로 구성되어 전체 P(%)점수는 0점에서 95점까지 분포하게 된다(김향인, 2000).

한국에는 문용린이 1986년에 DIT를 번안하여 소개하였고, 1994년의 1차 표준화 연구 결과를 바탕으로 2004년 KDIT가 개발되었다. 2007년 2차 표준화 연구가 수행되어 KDIT가 타국에서 수행된 연구결과와 일관된 경향성을 가진다는 것이 검증되었다(문용린, 김민강, 이지혜, 원현주, 2007). 도덕성 발달 P(%)점수는 윤리적 소비와 직결된 친환경과 배려, 사회복지 및 정의실현, 공정성 확보 등에 해당하는 도덕성 발달 5, 6단계에 해당하는 도덕적 판단 수준을 제시하기 때문에 윤리적 구매결정에 영향을 미치는 소비자 개인의 도덕적 가치, 신념 변수로 매우 적합하다고 할 수 있다(전상민, 2016). 또한, 개인의 도덕성 발달은 실제 도덕적 행동과도 연결되는데, Kohlberg(1969, 1973)는 도덕성 발달 단계가 높을수록 도덕적 지식과 행동 간의 상관관계가 높아진다고 보

고하였고, 정소훈(2007)은 도덕 교육의 목표가 도덕적 지식의 획득이 아니라 도덕적 지식의 실천이라고 강조하였다. 이와 관련하여 일부 질적 연구에서는 도덕성 발달이 실제적인 윤리적 구매행동에 영향을 미친다는 것을 탐색적으로 밝혀냈다. 천경희(2011)는 소비윤리의식이 위계적으로 발달하고, 낮은 수준의 소비윤리의식이 높은 수준으로 위계적으로 발달함에 따라 윤리적 소비행동이 다르게 나타난다고 보고하였다. 그에 따르면, 가장 낮은 수준인 소비윤리의식 단계에서는 타인에 대한 적극적 손해인 불법행동이 나타나고 그 다음으로는 타인에 대한 소극적 손해(비윤리적 상거래), 비윤리적 소비행동 지양(불법행동 안함)으로 이어지고 보다 높은 상위의 소비윤리의식 단계에서는 소비의 사회적 책임 인식과 타인에 대한 배려로 이어져 가장 상위 단계에서는 적극적인 절제와 나눔 및 후세를 고려한 소비가 나타났다(천경희, 2011). 또한, 홍연금과 송인숙(2008)은 농업에 대한 관심이 거주 지역 단체에 대한 기부와 봉사료로 이어지고, 이것이 로컬푸드 소비와 친환경농산물 소비 활성화에 대한 관심 및 활동으로 발달한다고 제시하였다. 이를 통해, 윤리적 제품을 구매하여 윤리적 소비의 실천이 일어나는 것은 소비자 개인의 도덕성 발달과 관련이 있음을 추측할 수 있다. 전상민(2016)은 심층면접을 통해 도덕성 발달 6단계에 따라 총 10개의 윤리적 소비동기를 유형화하였는데, 도덕성 발달 1단계는 강제적 제도, 2단계는 개인 이익, 3단계는 타인지향, 4단계는 올바른, 5단계는 다음 세대를 위한 환경보존과 공익을 위한 목소리내기, 6단계는 상생과 신념·양심, 희생적 배려, 죄책감의 상위범주가 속하는 것으로 나타났다. 이중, 도덕성 발달 6단계의 상생과 5단계의 공

익을 위한 목소리 내기의 윤리적 소비동기는 P(%)점수가 50점 이상인 응답자에게서만 관찰되었다. 특히, P(%)점수가 50점 이상인 경우에 한해 윤리적 소비동기인 상생이 신념과 양심으로 자리 잡고, 윤리적 구입 제품의 범위가 확대되고 지속적으로 구매하는 것으로 나타나 P(%)점수 50점을 기준으로 윤리적 소비동기의 발달 및 윤리적 소비행동의 변화를 검증할 것을 제안하였다(전상민, 2016). 이를 종합하여 본 연구는 윤리적 제품의 구매의도와 구매행동 간의 격차를 설명하기 위한 변수로 기존 선행연구들이 사용한 소비자의 사회인구적 특성이나 환경적 특성이 아닌 소비자의 도덕성 발달 수준(P(%)점수)을 사용하고자 한다.

#### 연구모형 및 가설설정

본 연구는 Ajzen(1985)의 계획된 행동이론을 바탕으로 윤리적 식품의 구매결정과정을 체계적으로 파악하고(가설1~가설5), 소비자 도덕성 발달이 구매의도와 구매행동 간의 격차(가설6)와 지각된 행동통제와 구매행동 간의 격차(가설7)를 조절하는지 여부를 검증하였다. 우선, 계획된 행동이론 내 윤리적 구매태도와 주관적 규범, 지각된 행동통제가 구매의도와 구매행동으로 이어지는 경로는 윤리적 소비에 계획된 행동이론을 적용한 선행연구(김광석 외, 2009; 허은정, 2011; 오종철, 2014; Shaw & Shiu, 2003)와 식품 소비를 계획된 행동이론을 통해 검증한 선행연구(김경원, 신은미, 2003; 전상민, 2012)를 참고하여 설정하였다. 다음으로 소비자 도덕성 발달이 구매의도와 지각된 행동통제가 구매행동에 미치는 영향력을 조절한다는 설정은 윤리적 소비의식과 윤리적 의무감, 사회적 책임의식과 가치, 이타

적 심리가 윤리적 구매의도와 구매행동에 정적 영향을 미친다고 보고한 선행연구(김지웅, 전효진, 조원영, 2014; 정효선, 윤혜연, 2008; 천경희, 송인숙, 2012; Nichollas, 2002)와 윤리적 소비동기의 발달 수준에 따라 윤리적 구매행동이 확장·강화되고 일관되게 나타난다는 선행연구(전상민, 2016; 천경희, 2011; 홍연금, 송인숙, 2008)를 근거로 하였다. 이 때, 본 연구가 윤리적 식품을 연구대상으로 선택한 이유는 윤리적 소비가 일상적 소비재인 식품에서 가장 활발하게 나타나고 있고, 윤리적 식품 구매 경험자가 윤리적 소비자 집단에 속하는 비율이 높기 때문이다(윤유경, 2014). 본 연구의 연구모형은 그림 1에 제시된 바와 같고, 모형의 적합도와 검증 결과는 연구결과에서 제시하였다.

본 연구의 가설은 다음과 같다. 우선, 식품을 대상으로 하여 계획된 행동이론을 검증한 선행연구들은 구매태도와 주관적 규범, 지각된 행동통제가 구매의도에 정적 영향을 미친다고 일관되게 보고하고 있다(김경원, 신은미, 2003; 유소이 외, 2008; 전상민, 2012; Chen, 2007). 이에 본 연구는 윤리적 식품의 구매태

도와 주관적 규범, 지각된 행동통제가 구매의도에 정적 영향을 미칠 것으로 가정하였다.

**가설 1.** 윤리적 식품의 구매태도는 구매의도에 정적 영향을 미칠 것이다.

**가설 2.** 윤리적 식품의 주관적 규범은 구매의도에 정적 영향을 미칠 것이다.

**가설 3.** 윤리적 식품의 지각된 행동통제는 구매의도에 정적 영향을 미칠 것이다.

다음으로 Ajzen(1985, 2002)의 전통적인 계획된 행동이론에서는 구매행동에 대하여 구매의도와 지각된 행동통제가 직접적으로 정적 영향을 미친다고 설명하고 있다. 실제로 계획된 행동이론을 이용하여 유제품의 섭취 행동을 분석한 김경원과 신은미(2003)도 행동의도와 지각된 행동통제에 한하여 행동에 유의한 정적 영향을 미쳤다고 밝혔다. 이에 근거하여 아래의 가설 4와 가설 5를 설정하였다.

**가설 4.** 윤리적 식품의 구매의도는 구매행동에 정적 영향을 미칠 것이다.

**가설 5.** 윤리적 식품의 지각된 행동통제는

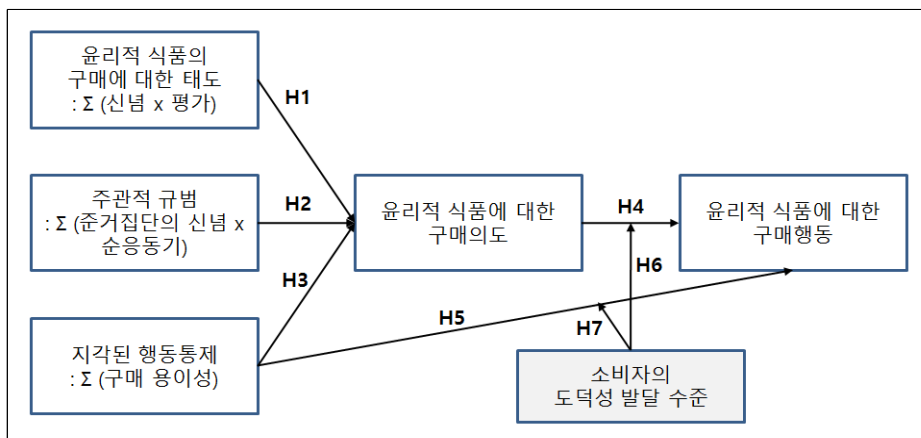


그림 1. 연구모형



구매행동에 정적 영향을 미칠 것이다.

소비자의 도덕성 발달이 윤리적 제품의 구매의도와 구매행동 간의 격차를 설명하는 선행연구는 전술한 바와 같이 보고된 바가 없다. 이에 본 연구는 소비자의 도덕성 발달이 상위의 윤리적 소비동기 발달에 긍정적 영향을 미쳐 지속적이고 포괄적인 윤리적 소비행동을 유도한다고 보고한 전상민(2016)의 연구와 친환경식품 구매의 핵심 가치를 안전과 건강, 그리고 공생과 자긍심이라고 제시한 소현진(2014)의 연구, 그리고 윤리적 소비자의 구매 결정과정을 전통적인 구매결정과정에 추가하여 개인적인 도덕적 신념으로 정의한 Auger 등(2003)의 연구를 참고하여 소비자의 도덕성 발달이 구매의도가 구매행동에 미치는 영향력을 강화한다고 가정하였다. 예를 들면, 동일하게 윤리적 구매의도가 높다고 하더라도 도덕성 발달 수준이 높은 사람은 윤리적 구매행동으로 이어지지만, 도덕성 발달 수준이 낮은 사람은 윤리적 구매행동으로 이어지지 않을 수 있는 것이다. 따라서 본 연구는 소비자의 도덕성 발달이 윤리적 구매의도와 구매 행동 간의 격차를 해소한다고 전제하고, 이에 근거하여 가설 6을 다음과 같이 설정하였다.

**가설 6.** 소비자의 도덕성 발달 수준이 높은 집단이 낮은 집단에 비하여 윤리적 식품의 구매의도가 구매행동에 미치는 정적 영향이 클 것이다.

마지막으로 본 연구는 지각된 행동통제가 윤리적 구매행동에 미치는 영향력에 대한 도덕성 발달 수준의 조절효과를 검증하고자 하였다. 전술한 가설 6과 같이, 이와 관련된 선

행연구는 매우 부족하다. 유소이(2012)가 공정 무역커피의 비싼 가격에 대한 소비자 지각과 낮은 구매경험으로 인해 구매의도와 구매경험 간의 격차가 발생한다고 보고한 바 있지만, 이는 계획된 행동이론 내에서는 지각된 행동통제가 구매행동에 미치는 영향력으로 설명될 수 있다. 이와 관련하여 전상민(2016)의 윤리적 소비동기 발달에 대한 질적 연구에 따르면, 윤리적 매장과 제품 이용의 편리함 등이 포괄적이고 지속적인 윤리적 구매행동을 유도하는 윤리적 소비동기 발달에 촉진적 역할을 하는데, 이 때, 도덕성 발달 P(%)점수가 높은 경우 그 촉진적 역할이 크지 않은데 비해 도덕성 발달 P(%)점수가 낮은 경우에는 촉진적 역할이 매우 중요한 것으로 나타났다. 다시 말해, 도덕성 발달 수준이 높은 응답자는 매장 이용의 불편함이나 비싼 가격 등 지각된 행동통제 수준이 낮더라도 지속적으로 윤리적 구매행동을 하는 것으로 나타난 반면, 도덕성 발달 수준이 낮은 응답자의 경우에는 부족한 매장 수와 비싼 가격, 제품 정보의 부족 등이 윤리적 구매행동을 저해하는 주요 요인인 것으로 나타났다(전상민, 2016). 이를 바탕으로 본 연구는 도덕성 발달 수준이 높을 경우, 지각된 행동통제가 윤리적 구매행동에 미치는 영향력이 도덕성 발달 수준이 낮은 경우보다 적을 것이라고 가정하고 아래 가설 7을 설정하였다.

**가설 7.** 소비자의 도덕성 발달 수준이 높은 집단이 낮은 집단에 비하여 윤리적 식품 구매의 지각된 행동통제가 구매행동에 미치는 정적 영향이 적을 것이다.

## 연구방법

연구설계 및 절차

본 연구는 성인 소비자 564명을 대상으로 온라인 설문조사를 진행하였다. 조사대상은 윤리적 식품을 인지하고 있고, 윤리적 식품의 다섯 가지 유형(유기농 식품, GMO Free 식품, 로컬푸드, 공정무역 식품, 동물복지인증 식품; 유보라(2014) 참조) 중 1개 이상 구매경험이 있는 소비자를 대상으로 선정하였다. 연령대(20대~50대)와 성별, 거주지역은 국내 거주하는 성인의 비율에 따라 할당 표집을 시도하였다. 설문조사는 전국 규모의 패널을 확보하고 있는 전문조사업체인 (주)마크로밀엠브레인을 통해 리크루팅과 자료수집, 코딩작업을 대행하였고, 연구자 소속 대학의 기관생명윤리위

원회 심의를 통과하여 승인을 받은 이후 실시되었다(IRB 승인번호: 1041231-15616-HR-029-02). 조사 기간은 2015년 11월 27일부터 12월 3일까지(7일)이고, 총 4,169명에게 설문 요청 메일이 발송되어 1,324명이 설문조사 시스템에 접속하였고, 이 중, 응답을 완료한 606명의 자료에서 불성실한 42명의 자료를 제외한 564명의 응답 자료를 최종 분석에 사용하였다. 여성이 50.2%, 20대가 25.7%이고, 평균 가계소득은 467.68만원, 최종학력은 대졸이 65.8%, 서울·경기 지역 거주자가 63.8%로 고소득·고소득, 서울거주자가 상대적으로 많은 것으로 나타났다. 다섯 가지 윤리적 식품 유형에 대한 구매 빈도 수준은 모두 3점을 넘어(5점 만점) 보통 이상인 것으로 나타났고, 로컬푸드의

표 1. 조사대상자의 일반적 특성 (N=564)

항목	구분	빈도(%)	항목	구분	빈도(%)
성별	남	281(49.8)	연령대 -M=39.11 -SD=11.48	만 20-29세	145(25.7)
	여	283(50.2)		만 30-39세	135(23.9)
가계소득 -M=467.68 -SD=228.77	300만 미만	109(19.3)		만 40-49세	141(25.0)
	300-400만 미만	101(17.9)		만 50세 이상	143(25.4)
	400-500만 미만	91(16.1)	최종학력	고졸이하	80(14.2)
	500-600만 미만	105(18.6)		대학재학	65(11.5)
	600-700만 미만	51(9.0)		대졸(전문대졸 포함)	371(65.8)
700만 이상	107(19.0)	대학원졸 이상	48(8.5)		
거주지역	서울(경기)	360(63.8)	윤리적 식품 구매 빈도 -5점 만점	구분	M(SD)
	부산(경남)	77(13.7)		유기농 식품	3.37(1.16)
	대전(충청)	37(6.6)		GMO free 식품	3.33(1.23)
	대구(경북)	47(8.3)		로컬푸드	3.74(1.01)
	전주(전북)	15(2.7)		공정무역 식품	3.29(1.21)
	광주(전남)	16(2.8)		동물복지인증 식품	3.32(1.21)
	강릉(강원)·제주	12(2.2)			

구매 빈도가 3.74점으로 가장 높았다(표 1 참조).

#### 측정도구와 분석방법

본 연구의 측정도구는 Ajzen(2002)의 계획된 행동이론의 설문 문항 예시와 유제품 섭취를 계획된 행동이론에 적용한 김경원, 신은미(2003)의 측정도구를 참고하여 구성하였다. 우선, 계획된 행동이론에서 설명하는 구매태도는 특정 행동에 대한 개인의 전반적인 태도를 말하며, 행동 수행에 따라 생기는 결과에 대한 신념과 이에 대한 평가로 형성된다. 본 연구에서는 윤리적 식품 혜택을 개인적 혜택(맛, 영양, 건강, 품질, 신선도, 가격)과 사회적 혜택(환경보호 지향, 타인의 행복과 동물복지, 공정한 사회 지향)으로 구분하여 신념을 측정하였고, 해당 혜택, 즉 속성에 대한 평가를 곱하여 평균 낸 값으로 구성하였다. 주관적 규범은 수행을 고려하는 특정 행동에 대하여 주변 사람들의 의견에 대한 소비자의 평가로, 특정 행동에 대한 타인의 의견을 의미하는 규범적 신념과 그들의 의견에 대한 개인의 순응동기로 형성된다. 본 연구에서는 준거집단 구성원 각각에 대하여 윤리적 식품에 대한 규범적 신념(준거집단의 의견)과 순응동기(준거집단의 의견을 따르려는 의지)를 곱하여 평균으로 합산하여 구성하였다. 이 때, 변수 값을 곱하여 합산하였으므로 최대값이 25점인데, 5점 척도인 다른 변수들과 함께 분석에 사용하기 위하여 5를 나누어 5점 만점 척도로 재구성하였다. 지각된 행동통제는 특정 행동 수행에 필요한 기술과 지식, 자원 등을 바탕으로 행동 수행을 할 수 있는 통제력으로 행동 수행의 용이함에 대한 개인의 지각을 의미한다.

본 연구에서는 윤리적 식품의 구매용이성(매장 이용 편의성, 경제력, 정보력, 충분한 시간 등)에 대한 신념으로 지각된 행동통제를 측정하였다.

상기 구매태도와 주관적 규범, 지각된 행동통제는 문항 수가 많아 자료의 다변량 정상성과 연속성을 확보하고 가설검정 시 측정오차를 줄이기 위하여 요인부하량 수치에 근거하여 문항들을 유형화하여 측정변수의 개수를 줄였다(Bandalos & Finney, 2001). 구매태도는 개인적 혜택(문항 6개)과 사회적 혜택(2개) 2개 요인으로 분류되어 총 2개의 측정변수로 구성하였다. 주관적 규범과 지각된 행동통제는 단일 요인으로 분석되어 요인부하량이 가장 높은 값과 가장 낮은 값을 하나의 유형으로 묶는 Russell 등(1998)의 방식을 따라 각 2개의 측정변수로 구성하였다.

구매의도는 특정 행동인 구매를 수행하려는 의향으로 본 연구에서는 윤리적 식품을 정기적으로 구입할 의향과 어느 정도 구입할 것인지 등으로 측정하였다. 구매행동은 개인이 결과적으로 수행하는 특정 행동으로 구매를 수행하려는 구매의도에 의해 결정된다. 본 연구는 평소 윤리적 식품을 구입하는 정도로 구매행동을 측정하였다. 모든 항목의 구체적 문항은 5점 척도로 구성하였고, 점수가 높을수록 긍정적 답변을 의미한다. 측정도구에 대한 구체적 내용은 표 2에 제시하였다.

위 제시한 측정도구의 내적일관성 분석(모든 측정도구의 cronbach  $\alpha > .6$ )과 집중타당도 분석(모든 측정도구의 AVE  $> .7$ , C.R  $> .8$ ), 확인적 요인분석 결과( $\chi^2(44) = 150.521$ ,  $p < .001$ ,  $\chi^2/df = 3.421$ , CFI = .975, TLI = .962, RMSEA = .066, RMR = .023, GFI = .957, NFI = .965, 각 항목의 요인 계수  $> .7$ ), 신뢰도와 집중타당도, 구성타당

표 2. 측정 도구의 개요

변수	차원	상세 문항	M(SD)	FL	$\alpha$	AVE	C.R
윤리적 식품에 대한 구매태도	개인적 혜택	윤리적 식품은 맛이 좋다. × 맛은 중요하다.	2.78 (.63)	.744	.697	.704	.826
		윤리적 식품은 영양이 풍부하다. × 영양은 중요하다.					
		윤리적 식품은 건강에 좋다. × 건강은 중요하다.					
	사회적 혜택	윤리적 식품은 품질이 우수하다. × 품질은 중요하다.					
		윤리적 식품은 신선하다. × 신선함은 중요하다.					
		윤리적 식품은 가격이 적당하다. × 가격은 중요하다.					
주관적 규범1	윤리적 식품은 환경보호를 지향한다. × 환경보호 지향은 중요하다.	3.13 (.79)	.739				
	윤리적 식품은 타인의 행복과 동물복지, 공정한 사회를 지향한다.						
	× 타인 행복과 동물복지, 공정한 사회 지향은 중요하다.						
주관적 규범2	나의 가족은 내가 윤리적 식품을 사는 것을 좋다고 생각할 것이다.	2.82 (.78)	.886				
	× 나는 그들의 의견을 존중하여 잘 따른다.						
	나의 친구와 동료는 내가 윤리적 식품을 사는 것을 좋다고 생각할 것이다. × 나는 그들의 의견을 존중하여 잘 따른다.						
지각된 행동통제	내가 존경하는 의사와 식품전문가는 내가 윤리적 식품을 사는 것을 좋다고 생각할 것이다. × 나는 그들의 의견을 존중하여 잘 따른다.	2.59 (.80)	.766	.808	.757	.861	
	내가 즐겨보는 TV, 라디오, 신문 등에서 윤리적 식품을 사는 것이 좋다고 보도한다. × 나는 그들의 의견을 존중하여 잘 따른다.						
	나에게 윤리적 식품매장이 주위에 있어 손쉽게 이용할 수 있다.						
윤리적 식품에 대한 구매의도	구매 용이성1	나는 윤리적 식품을 구매할 수 있는 경제적 능력을 갖추고 있다.	3.08 (.69)	.959	.929	.930	.964
	구매 용이성2	나는 윤리적 식품에 대한 정보를 충분히 가지고 있다.					
		내가 원하면, 윤리적 식품을 편리하게 구매할 수 있다.					
윤리적 식품에 대한 구매행동	구매 용이성2	내가 평소 다니는 식품매장은 다양한 윤리적 식품을 판매하고 있다.	3.15 (.71)	.904			
		나는 윤리적 식품을 알아보고 선택할 수 있는 시간이 충분이 있다.					
		나에게 윤리적 식품을 구매하는 것은 어렵지 않은 일이다.					
윤리적 식품에 대한 구매의도		앞으로는 윤리적 식품을 구입할 계획이 있다.	3.84(.70)	.812	.859	.808	.927
		앞으로는 윤리적 식품을 구입하고 싶다.	3.91(.67)	.824			
		앞으로는 윤리적 식품을 구입할 것이다.	3.72(.73)	.825			
윤리적 식품에 대한 구매행동		평소 윤리적 식품을 구입하는 편이다.	3.33(.73)	.801	.882	.799	.922
		평소 일반 식품보다는 윤리적 식품을 많이 구입한다.	3.12(.86)	.869			
		평소 식품을 구입할 때, 윤리적 식품을 주로 구입한다.	3.15(.86)	.874			

주 1) M은 평균, SD는 표준편차, FL은 요인부하량,  $\alpha$ 는 신뢰도계수, AVE는 평균분산추출, C.R은 개념신뢰도임.

주 2) 모든 M(평균값)은 5점 만점이고, FL(요인부하량)은  $p < .001$ 에서 유의하였음.

도가 모두 확보되었음을 확인하였다(표 2 참조).

다음으로 소비자 도덕성 발달은 Kohlberg (1958)의 도덕성 발달 이론에 근거하여 Rest 등 (1974)이 개발하고 문용린(2004)이 번안·표준화한 KDIT의 P(%)점수로 측정하였다. 본 연구는 간편형 KDIT의 세 가지 도덕성 딜레마(남편의 고민, 탈옥수, 의사와 환자의 사례)와 문항을 사용하였다. P(%)점수는 인습 이후 단계인 5단계와 6단계(사회규칙의 기제에 내재된 보편적 원리)의 도식을 대변한다(문용린, 2011). 본 연구에서 도출된 도덕성 발달 P(%) 점수의 평균값은 37.74점(표준편차=17.75)으로 문용린 외(2007)의 한국인 대상 2차 표준화 연구의 성인 평균 P(%)점수인 35.8점보다 약간 높았다. 도덕성 발달 P(%) 점수는 50점을 기준으로 두 집단으로 분류하여 가설검정에 사용하였는데, 이는 P(%)점수가 50점 이상인 경우에 도덕성 상위의 윤리적 소비동기(예: 상생과 신념·양심, 희생적 배려)가 발달한다고 보고한 전상민(2016)의 연구에 근거하였다. P(%) 점수 50점 이상은 152명(27%)이고, 50점 미만은 412명(73%)이었다. 본 연구는 기술통계분석과 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석, 구조방

정식모형분석을 사용하였고, 통계 프로그램은 SPSS Ver. 20과 AMOS Ver. 16을 사용하였다.

## 연구 결과

### 가설검정

윤리적 식품 소비의 구매결정과정을 계획된 행동이론에 적용하여 검증한 결과, 구매태도는 구매의도에 정적 영향을 미쳐( $B=.747, p<.001, \beta=.723$ ) 가설 1은 채택되었다. 주관적 규범이 구매의도에 미치는 영향력은 유의하지 않아 가설 2는 기각되었다. 지각적 행동통제는 구매의도에 정적 영향을 미쳐( $B=.128, p<.01, \beta=.135$ ) 가설 3은 채택되었다. 구매의도의 외생변수 중, 구매태도의 영향력( $\beta=.723$ )이 가장 큰 것으로 나타났다. 다음으로 구매의도는 구매행동에 정적 영향을 미쳐( $B=.567, p<.001, \beta=.458$ ) 가설 4는 채택되었고, 지각된 행동통제는 구매행동에 정적 영향을 미쳐( $B=.535, p<.001, \beta=.456$ ) 가설 5는 채택되었다(표 3 참조).

윤리적 구매의도가 구매행동에 미치는 영향에 대한 도덕성 발달의 조절효과는 유의하고

표 3. 윤리적 식품 소비에 대한 계획된 행동이론 검정 결과 (가설 1~5)

가설 및 경로 (윤리적 식품에 대한 OOO)	B	S.E.	$\beta$	결과
가설 1      구매태도 → 구매의도	.747***	.132	.723	채택
가설 2      주관적 규범 → 구매의도	-.036	.120	-.037	기각
가설 3      지각된 행동통제 → 구매의도	.128**	.045	.135	채택
가설 4      구매의도 → 구매행동	.567***	.051	.458	채택
가설 5      지각된 행동통제 → 구매행동	.535***	.046	.456	채택

$\chi^2(46)=159.351^{***}, \chi^2/df=3.464, TLI=.961, CFI=.973, RMSEA=.066, RMR=.026, GFI=.922, NFI=.963$

\*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$

( $\Delta\chi^2=7.963$ ,  $\Delta df=1$ ,  $p<.01$ ; Critical Ratio= 2.709,  $p<.01$ ), 도덕성 발달 수준이 높은 집단 ( $P(\%)$ 점수 $\geq 50$ ,  $B=.849$ ,  $p<.001$ ,  $\beta=.650$ )이 낮은 집단( $P(\%)$ 점수 $<50$ ,  $B=.560$ ,  $p<.001$ ,  $\beta=$

.414)에 비하여 구매의도가 구매행동에 미치는 정적 영향이 큰 것으로 나타나 가설 6은 채택되었다. 또한, 지각된 행동통제가 구매행동에 미치는 영향에 대한 도덕성 발달의 조절효

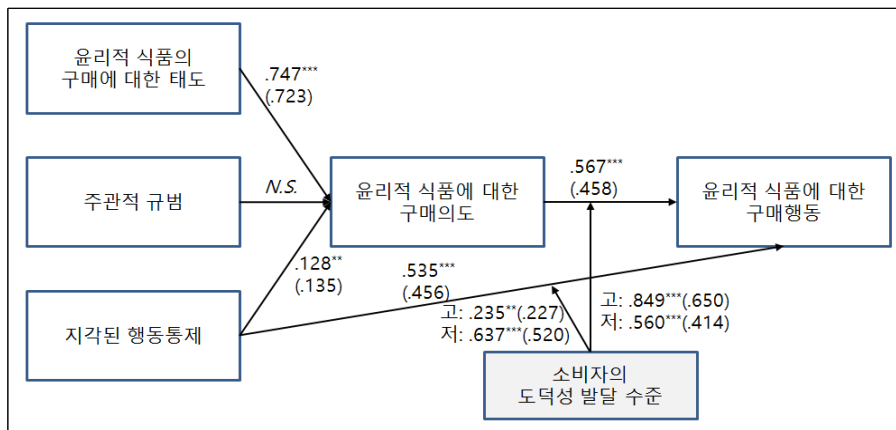
표 4. 구매행동에 대한 도덕성 발달의 조절효과 검증 결과 (가설 6~7)

가설 및 경로 (구분: P(%)점수, 단위: 점)	B	S.E.	$\beta$	$\Delta\chi^2(\Delta df)$	Critical Ratio	결과	
가설 6 구매의도 → 구매행동	50이상	.849***	.113	.650	7.963(1)**	2.708**	채택
	50미만	.560***	.057	.414			
제약모형: $\chi^2(93)=223.653^{***}$ , $\chi^2/df=2.405$ , $TLI=.956$ , $CFI=.969$ , $RMSEA=.050$ , $RMR=.033$ , $GFI=.938$ , $NFI=.949$							
가설 7 지각된 행동통제 → 구매행동	50이상	.235**	.077	.227	16.091(1)***	-4.188***	채택
	50미만	.637***	.056	.520			
제약모형: $\chi^2(93)=231.781^{***}$ , $\chi^2/df=2.492$ , $TLI=.953$ , $CFI=.967$ , $RMSEA=.052$ , $RMR=.034$ , $GFI=.934$ , $NFI=.947$							

주1) 조절변수인 P(%)점수의 고/저는 전상민(2016)에 근거하여 50점을 기준으로 분류하였음. P(%)점수 50점 이상은 152명(27%), 50점 미만은 412명(73%)임

주2) 자유모형:  $\chi^2(92)=215.690^{***}$ ,  $\chi^2/df=2.344$ ,  $TLI=.958$ ,  $CFI=.971$ ,  $RMSEA=.049$ ,  $RMR=.027$ ,  $GFI=.939$ ,  $NFI=.950$

\*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$



주 1) N.S.(Not Significnat)는  $p<.05$ 에서 유의하지 않다는 것을 의미함  
\*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$

그림 2. 최종모형

과는 유의하고( $\Delta\chi^2=16.091$ ,  $\Delta df=1$ ,  $p<.001$ ; Critical Ratio=-4.188,  $p<.001$ ), 도덕성 발달 수준이 높은 집단(P(%)점수 $\geq 50$ ,  $B=.235$ ,  $p<.01$ ,  $\beta=.227$ )이 낮은 집단(P(%)점수 $< 50$ ,  $B=.637$ ,  $p<.001$ ,  $\beta=.520$ )에 비하여 지각된 행동통제가 구매행동에 미치는 정적 영향이 작은 것으로 나타나 가설 6은 채택되었다(표 4 참조).

이상의 연구결과를 종합하여 본 연구의 최종모형을 제시하면 그림 2와 같다. 변인 간 경로에는 비표준화 경로계수와 표준화 경로계수(괄호 안 기재)를 모두 표기하였고, 소비자의 도덕성 발달의 조절효과는 도덕성 발달 P(%)점수가 50점 이상인 경우는 '고', 미만인 경우는 '저'로 표기하여 해당 경로계수를 제시하였다.

## 논 의

본 연구는 소비자의 도덕성 발달이 윤리적 소비에 미치는 영향을 파악하기 위하여 Ajzen(1985)의 계획된 행동이론을 사용하여 윤리적 구매행동에 대한 윤리적 구매태도와 지각된 행동통제의 영향에 대한 도덕성 발달의 조절효과를 검증하였다. 이를 위해 윤리적 식품의 구매경험이 있는 564명의 성인 남녀 소비자를 대상으로 온라인 설문조사를 수행하고 구조방정식모형 분석을 사용하였다. 본 연구의 주요 연구결과와 결론은 다음과 같다.

첫째, 윤리적 구매태도와 지각된 행동통제는 윤리적 구매의도에 정적 영향을 미치고, 윤리적 구매의도와 지각된 행동통제는 윤리적 구매행동에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 Ajzen(1985)의 계획된 행동이론이 윤리적 소비에도 적용할 수 있음을 보여주고,

수정된 계획행동이론을 통해 윤리적 소비를 분석한 Shaw과 Shiu(2002a, 200b, 2003)와 김광석 외(2009)의 결과와 일치한다. 분석결과, 소비자는 윤리적 식품에 대하여 긍정적으로 평가하고 호의를 가지고 제품 구매가 용이할수록 구매의도가 높아지고, 구매의도와 구매용이성이 높을수록 실제 구매행동이 높아지는 것으로 나타났다. 윤리적 구매의도에 대해서는 윤리적 구매태도의 영향력이 가장 크게 나타나 윤리적 구매의도에 대하여 윤리적 구매태도의 영향력이 가장 크다고 밝힌 허은정(2011)과 고애란(2009)의 연구와 일치한다. 또한, 윤리적 구매행동에 대해서는 윤리적 구매의도의 영향력이 가장 크게 나타났으나 지각된 행동통제의 영향력과 차이가 매우 적어( $\Delta\beta=.002$ ) 윤리적 제품 매장과 제품 탐색의 용이성 등 지각된 행동통제가 윤리적 구매행동의 주요한 촉진요인이라고 밝힌 전상민(2016)의 연구와 일관된다. 단, 이는 윤리적 구매의도에 대한 지각된 행동통제의 영향력을 지지하지 않은 오종철(2014)의 연구와는 상반된다. 한편, 본 연구결과, 주관적 규범이 구매의도에 미치는 영향력이 유의하지 않아 다수의 선행연구들과 상이한 결과를 보였다. 이는 윤리적 소비가 타인에게 보여주기 위함이라기 보다는 윤리적 제품에 대한 평가에 근거한 소비라는 것을 의미한다. 따라서 윤리적 구매행동수준을 높여 윤리적 소비를 활성화하기 위해서는 윤리적 제품의 품질과 가격에 대한 소비자의 호의적 평가가 필요하고, 유통망의 확보와 충분한 정보 제공 등 구매용이성이 확보되어야 한다.

둘째, 소비자의 도덕성 발달이 윤리적 구매의도가 윤리적 구매행동에 미치는 영향력 및 지각된 행동통제가 윤리적 구매행동에 미치는

영향력을 조절하는 것으로 나타났다. 도덕성 발달 수준이 높은 소비자가 낮은 소비자에 비하여 윤리적 구매의도가 윤리적 구매행동에 미치는 영향력이 컸고, 지각된 행동통제가 윤리적 구매행동에 미치는 영향력은 적었다. 다시 말해 소비자의 높은 도덕성 발달은 윤리적 구매의도와 윤리적 구매행동 간의 격차를 해소하고, 지각된 행동통제 수준이 낮더라도 윤리적 구매행동 수준을 높이는 것으로 나타났다. 역으로 설명하자면, 윤리적 제품에 대해 호의적이고 구매의도가 높더라도, 혹은 윤리적 제품의 구매가 용이하더라도 도덕성 발달 수준이 낮은 소비자의 경우에는 실제 구매행동으로 이어지기 어렵다는 것이다. 상기 연구 결과는 소비자 개인의 도덕성 발달이 윤리적 구매행동수준을 조절한다는 것을 경험적으로 검증한 첫 연구결과로, 전상민(2016)이 주장한 도덕성 발달 수준이 높은 소비자에게서 상위의 윤리적 소비동기 발달과 지속적이면서 포괄적 윤리적 구매행동이 관찰된다는 연구결과와 일관된다. 또한, 윤리적 소비자교육이 청소년 소비자의 공정무역제품 소비와 기부소비, 로컬소비의 행동수준에 정적 영향을 미친다는 최경숙(2015)의 연구와도 같은 맥락에서 이해될 수 있다. 따라서 윤리적 구매행동수준을 높이기 위해서는 윤리적 제품의 구매의도와 지각된 행동통제 수준을 높이는 방안 외에도 소비자의 도덕성 발달 수준을 높이는 방안도 강구되어야 할 것이다.

그렇다면, 어떤 소비자가 도덕성 발달 수준이 높다고 할 수 있을까? 본 연구에서 사용한 기준인 도덕성 발달 P(%)점수가 50점 이상인 집단과 50점 미만인 집단에 대하여 사회인구적 변수별 차이를 추가 검증한 결과, 성별( $\chi^2=3.411(1), p>.05$ )과 연령대( $\chi^2=.968(3), p>.05$ ),

최종학력( $\chi^2=1.033(3), p>.05$ ), 가계소득( $\chi^2=2.288(5), p>.05$ ), 거주지역( $\chi^2=6.852(7), p>.05$ )에 따른 차이가 모두 유의하지 않았다. 즉, 사회인구적 변수로 소비자의 도덕성 발달 상하 집단을 구분할 수 없었다. 따라서 도덕성 발달에 근거하여 윤리적 소비자 집단을 세분화하는 새로운 방안이 필요하다. 예를 들면, Kohlberg(1958)의 도덕성 발달이론에 기초한 Rest 등(1974)의 도덕성 발달 P(%)점수와 문용린(2011)의 KDIT가 윤리적 제품 마케팅의 고객세분화와 수준별 윤리적 소비자교육의 차별화된 교육 방안 수립의 주요 기준이 될 수 있다. 이에 KDIT와 도덕성 발달 P(%)점수를 사용하여 윤리적 소비자를 유형화하여 집단 간 윤리적 구매태도와 행동 등을 비교하는 후속 연구들이 수행되어 윤리적 소비자 특성을 도덕성을 기준으로 탐색할 것을 제안한다.

다음으로 윤리적 소비의 활성화를 위하여 윤리적 소비자교육을 통한 소비자 개인의 도덕성 발달 함양이 유용할 수 있다. 이와 관련하여 청소년의 윤리적 소비를 연구한 최경숙(2015)은 환경친화적 가치와 물질의 소유보다는 본질적 의미를 추구하는 반물질주의, 정당한 행동이 바른 결과를 가져온다는 도덕적 이상주의와 자원을 효율적으로 활용하는 절약성이 강조되어야 하며, 이는 가정·학교·사회에서 교육을 통해 지원해야 한다고 주장하였다. 따라서 도덕성 발달 수준을 높일 수 있는 교육이 소비자교육 차원에서도 적극적으로 수행되어야 할 것이다. 그런데, 본 연구 결과, 도덕성 발달 수준이 '상'인 집단의 규모(27%)가 '하'인 집단의 규모(73%)의 1/3 수준으로 작운데, 이는 윤리적 구매의도와 구매행동 간 격차를 줄여 윤리적 소비를 활성화하는데 큰 장애요인이다. 실제로 문용린이 2007년에 측정



한 우리나라 성인의 도덕성 발달 P(%)점수도 35.8점으로 본 연구가 기준으로 삼은 50점 보다 매우 낮다. 따라서 윤리적 소비의 활성화를 실현시키기에는 현대 소비자의 도덕성 발달 수준이 낮다는 것을 인식하고, 도덕성 발달 P(%)점수가 50점 미만인 다수의 '하' 집단의 도덕성 발달을 함양시킬 수 있는 방안을 적극적으로 탐색하고 개발하여야 할 것이다. 이는 소비자교육과 도덕 및 윤리 교육이 융합되어 함께 지원해야 할 사안으로 사회 전반적으로 도덕적으로 발달하고 성숙된 개인의 양성 교육과도 관련되는 사안이다.

본 연구는 윤리적 구매행동에 대한 소비자의 도덕성 발달의 조절효과를 검증한 최초의 연구로서, 이론적 차원에서는 Ajzen(1985)의 계획된 행동이론을 윤리적 식품의 구매의사결정 과정 탐색에 사용하였고, Kohlberg(1958)의 도덕성 발달이론과 Rest 등(1974) 및 문용린(2004)의 도덕성 발달 P(%)점수를 소비자의 도덕성 발달 측정을 위해 적용하였다. 이를 통해 소비자의 도덕성 발달이 윤리적 구매행동에 대한 윤리적 구매의도와 지각된 행동통제의 영향력을 조절한다는 것을 검증하였다. 본 연구의 한계점과 후속연구에 대한 제언은 다음과 같다. 우선, 본 연구에서 설정한 윤리적 구매태도와 구매행동, 그리고 지각된 행동통제와 구매행동에 대한 도덕성 발달의 조절효과는 도덕성 발달 변수의 조절효과를 검증한 선행연구가 전무한 상황에서 관련된 일부 질적 연구의 탐색적 연구결과에 근거하여 설정한 것으로 이에 대한 이론적 근거가 충분하지 않다. 이에 연구결과의 해석과 일반화에 주의가 필요하며, 후속 연구에서는 본 연구를 근거로 도덕성 발달 변수의 조절효과에 대한 재검증이 필요하다. 특히, 도덕성 발달 변수는 조절

변수가 뿐 아니라 윤리적 구매태도의 선행변수로 영향력을 미칠 수 있으므로(Shaw & Shiu, 2002b) 이에 대한 확인도 필요하다. 다음으로 본 연구에 따르면, 윤리적 구매의도에 대한 주관적 규범의 영향력이 유의하지 않아 Ajzen(1985, 1988, 1991)의 연구 및 후속연구들의 일관된 결과와 상이하였는데, 이는 본 연구의 조사대상자가 윤리적 식품의 구매경험이 있어 이미 윤리적 소비에 익숙하여 타인의 의견이 윤리적 구매에 직접적으로 영향을 미치지 않을 수 있다고 추측할 수 있다. 본 연구는 주관적 규범의 측정도구 구성 시, Ajzen(2002)과 김경원, 신은미(2003), 양윤(2014)을 참고하여 계획된 행동이론의 구성 변수의 정의에 근거하여 타인의 범위를 특정 개인이 관련 있는 타인으로 규정하고, 관련 없는 타인과 후세의 타인까지는 포함하지 않았다. 비록 본 연구의 주관적 규범의 타인 범위가 계획된 행동이론 차원에서는 적합할 수 있지만, 윤리적 소비의 개념이 전술하였다시피 평소 모르는 타인과 후세를 고려하고 존중하는 소비임을 감안한다면, 이들을 포함하여 주관적 규범의 타인 범위를 확대하여 추가 분석하는 작업이 후속 연구에서는 필요할 것이다. 또한, 도덕성 발달의 상하 집단을 분류할 때, 도덕성 발달 P(%)점수 50점을 기준으로 하였는데, 이는 관련된 선행연구가 전무하여 전상민(2016)의 정성적 연구를 기반으로 결정하였으므로 이에 대한 추가 검증이 필요하다. 예를 들면, 도덕성 발달 P(%)점수는 Kohlberg가 제안한 도덕성 발달 5, 6단계를 중심으로 구성이 되는데, 4단계에 해당하는 법과 질서 지향의 사회체제의 도덕성도 윤리적 구매행동과 관련이 있을 수 있으므로 도덕성 발달 변수 구성에 대한 다각적 접근이 필요하다. 왜냐하면, 도덕성 발달 4단계

에 해당하는 소비자의 경우, 비윤리적 소비를 지양하는 특성을 보이는데, 적극적으로 윤리적 제품을 구매하지 않는다고 해서 비윤리적 소비자라고 단정하기에 무리가 있기 때문이다. 다음으로 본 연구에서 규정한 윤리적 소비의 정의에 해당하는 제품인 유기농, 공정무역, 동물복지 식품 등은 사회적 분위기에 따라 소비자의 호, 불호가 달라지는 제품으로 오히려 이런 제품들이 상업적 이익을 위해 이용될 수 있으므로(예: 그린워싱과 같은 위장 환경주의) 본 연구결과를 해석함에 있어 주의가 필요하고, 후속 연구를 통해 시간의 경과에 따른 소비자 태도와 행동의 변화의 점검이 필요하다. 마지막으로 본 연구는 온라인 설문조사를 사용하고 윤리적 소비 유형험자를 대상으로 조사대상자를 선정하였기 때문에 조사대상자가 고소득(월 평균 소득=467.68만), 고학력자(대졸 65.8%)인 것으로 나타나 본 연구결과의 해석에 주의가 필요하다.

본 연구는 장기적이고 일관된 윤리적 소비의 활성화를 위해서는 윤리적 제품과 매장의 확대, 정보 제공 등의 소비자와의 커뮤니케이션 뿐 아니라, 소비자 개인의 도덕성 발달에도 기업과 소비자교육기관, 연구자의 관심이 필요하다는 것을 강조하였다. 윤리적 소비의 활성화는 소비자의 만족 제고와 기업의 새로운 수익 창출 이외에도 사회 전체적으로 공정무역과 동물복지, 노동자 인권 보호, 소상공인 육성 등 다양한 긍정적 효과가 있다. 이에 본 연구가 강조한 소비자 도덕성 발달에 추가하여 윤리적 소비를 활성화할 수 있는 실질적 방안에 대한 많은 후속 연구가 수행되어야 할 것이다.

## 참고문헌

- 고애란 (2009). 국내소비자의 윤리적 소비행동 특성과 앞으로의 전망, 패션정보와 기술, 6, 54-62.
- 고애란, 전소은 (2010), 국내 윤리적 소비자 특성에 대한 질적 연구: 웰빙 소비와 윤리적 소비의 비교 분석을 중심으로, 한국의류학회 학술대회 논문집.
- 김경원, 신은미 (2003). 계획적 행동이론을 이용한 여대생의 유제품 섭취 행동 분석, 대한지역사회영양학회지, 8(1), 53-61.
- 김광석, 송장근, 이승아 (2009). The effect of fair trade on consumer behavior: In terms of ethical consumerism, 경영학연구, 38(1), 295-315.
- 김정훈 (2004). 소비자 특성에 따른 소비자 비윤리 행동, 한국생활과학회지, 13(3), 417-423.
- 김지웅, 전효진, 조원영 (2014). 바리스타의 윤리소비의식이 공정무역커피 판매에 미치는 영향: 프랜차이즈 커피 전문점 바리스타를 중심으로, 한국식생활문화학회지, 29(1), 54-60.
- 김향인 (2011). 도덕판단력 측정에 대한 고찰: DIT와 MJT를 중심으로, 도덕윤리과교육, 12, 227-242.
- 문용린 (2004). 도덕성의 발달과 심리, 서울: 학지사.
- 문용린 (2011). 한국인의 도덕성 발달 진단: 한국판 도덕판단력 검사의 개정 및 재표준화, 서울: 집문사.
- 문용린, 김민강, 이지혜, 원현주 (2007). 한국인의 도덕판단력 발달에 관한 비교연구, 교육심리연구, 22(1), 281-299.

- 문희강, 추호정, 박혜선, 백은수 (2013). 윤리적 패션소비에 대한 혜택 및 위험지각이 소비자 태도와 행동의도에 미치는 영향, *한국의류학회지*, 37(2), 159-173.
- 박미혜, 강이주 (2009). 윤리적 소비의 개념 및 실태에 대한 고찰, *한국생활과학회지*, 18(5), 1047-1062.
- 소현진 (2014). 친환경 식품 소비자의 가치체계 탐구: 효과적인 마케팅커뮤니케이션 전략 개발을 위하여, *광고PR실학연구*, 7(3), 57-86.
- 양 윤 (2014). 소비자 심리학 2판, 서울: 학지사.
- 오종철 (2014). 윤리적 제품 소비에 소비자 가치요인에 관한 연구: 제품신뢰의 조절효과를 중심으로, *기업경영연구*, 21(2), 1-26.
- 유보라 (2012). 상품의 '윤리적' 점수는 어떻게 매겨질까요? 윤리적 소비를 위한 평가기준, 이로운넷: <http://www.croun.net/26037>.
- 유소이 (2012). 윤리적 제품에 대한 소비자 구매 겁에 관한 연구, *소비자문제연구*, 41, 1-18.
- 유소이, 박소진, 윤하영, 동쉬에페이 (2008). 유기농 식품에 대한 소비자의 구매의도 영향요인 분석, *산업경제연구*, 21(1), 441-460.
- 윤유경 (2014). 가치소비추구에 따른 동물복지인증 달걀의 이용실태 조사, 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 이승희, 노유나 (2007). 패션 소비윤리에 영향을 미치는 변인에 관한 연구, *한국의류학회지*, 31(1), 141-150.
- 전상민 (2012). 건강관련 식품표시가 구매 전 품질평가와 제품 사용 및 구매태도, 구매의도에 미치는 영향: 계획된 행동이론을 바탕으로, *소비문화연구*, 15(3), 67-90.
- 전상민 (2016). 윤리적 소비동기의 발달: 도덕성 발달 이론을 중심으로, *소비자학연구*, 27(2), 151-179.
- 정소훈 (2007). 콜버그 도덕발달의 철학에서 정의의 문제, *동서사상*, 3, 121-162.
- 정효선, 윤혜현 (2008). 소비 상황에서 소비자의 윤리적인 태도에 관한 탐색적 연구, *한국식품조리과학회지*, 24(1), 1-10.
- 정혜정, 오경화 (2013). 윤리소비신념이 친환경 인조피혁 의류제품 태도에 미치는 영향과 지각된 소비자 효율 및 의류환경지식의 매개효과, *한국의류학회지*, 37(2), 125-137.
- 조명환, 정선자 (2012). 관광객의 가치와 공정관광 결과지각에 관한 연구: 윤리적 소비행동의 매개효과를 중심으로, *관광학연구*, 36(1), 91-114.
- 중앙일보 (2015.11.27). 공공기관 급식에 유기농 식자재 꽤 늘었네요, <http://news.joins.com/article/19145619>.
- 차가영, 김문영 (2014). 윤리소비의식이 재활용 의류제품 구매태도에 미치는 영향에 관한 연구, *한국복식학회지*, 64(5), 125-140.
- 천경희 (2011). 소비윤리와 윤리적 소비에 대한 고찰, *인문학연구*, 17, 7-33.
- 천경희, 송인숙 (2012). 공동체화폐운동 참여자의 소비생활에서 나타나는 윤리적 소비 특성 연구, *한국생활과학회지*, 21(4), 1-20.
- 최경숙 (2015). 사회심리적 요인과 윤리적 소비교육 경험이 청소년 소비자의 윤리적 소비행동에 미치는 영향. *한국가정교교육학회지*, 27(1), 67-83.

- 트렌드워칭 (2013). Guilt-Free Consumption, Trend Briefing 2013년 11월호, <http://trendwatching.com/kr/trends/guiltfreeconsumption>.
- 허은정 (2011). 소비자의 윤리적 상품에 대한 태도 및 구매의도의 관련요인 분석, *소비자학연구*, 22(2), 89-111.
- 홍연금, 송인숙 (2008). 친환경농산물 소비자의 구매동기 분석을 통한 윤리적 소비행동 사례연구, *소비문화연구*, 11(3), 23-42.
- 홍연금, 송인숙 (2010). 우리나라 윤리적 소비자에 대한 사례연구, *소비문화연구*, 13(2), 1-25.
- 홍은실, 신호연 (2011). 대학생 소비자의 윤리적 소비행동에 따른 유형분류 및 특성분석, *한국생활과학회지*, 20(4), 801-817.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior," in J. Kuhl and J. Beckmann(Eds), *Action-Control: From cognition to behavior*(11-39), Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1988), *Attitudes, personality, and behavior*, Open University Press, Milton Keynes.
- Ajzen, I. (1991), The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations, Working Paper, University of Massachusetts, Amherst, <http://www-unix.oit.umass.edu/~ajzen/pdf/tpb.measurement.pdf>.
- Auger, P., Burke, P., Devinney, T. M., & Louviere, J. J. (2003). What will consumers pay for social product features? *Journal of Business Ethics*, 42(3), 281-304.
- Bandalos, D. L., & Finney, S. J. (2001). Item parceling issues in structural equation modeling. In G. A. Marcoulides & R. E. Schumacker (Eds.), *New developments and techniques in structural equation modeling* (pp. 269-296). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Belk, R. W., Devinney, T., & Echkhardt, G. (2005). Consumer ethics across cultures, *Consumption Markets and Culture*, 8(3), 275-289.
- Brinkmann, J. (2004). Looking at consumer behavior in moral perspective, *Journal of Business Ethics*, 51, 129-141.
- Callen, K. S., & Ownbey, S. F. (2003). Association between demographics and perceptions of unethical consumer behavior, *International Journal of Consumer Studies*, 27(2), 99-110.
- Carrigan, M., & Attalla, A. (2001). The myth of the ethical consumer: Do ethics really matter in purchase behavior?" *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 560-577.
- Chen, M. (2007). Consumer attitudes and purchase intentions in relation to organic foods in Taiwan: Moderating effects of food-related personality traits, *Food Quality and Preference*, 18(2007), 1008-1021.
- Clark, D., & Unterberger, R. (2007). *The rough guide to shopping with a conscience*, New York and London: Rough Guides.
- Commhere (2014). 빅데이터 트렌드 리포트 3차, 우리나라 소비자, 이제 '전략적 소비'에 눈떴다, SK planet M&C 부문 Letter, 2014년 11월 24일 게재, <http://www.cdnews.co.kr/blog/blogOpenView.html?idxno=243028>.
- Cowe, R. & Williams, S. (2000) *Who are the ethical consumers?* London: The Co-operative Bank.
- De Pelsmacker, P. & Janssens, W. (2007). A model for fair trade buying behavior: The

- role of perceived quantity and quality of information and of product-specific attitudes, *Journal of Business Ethics*, 75(4), 361-380.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, and Behavior*, Addison-Wesley.
- Harrison, R., Newholm, T., & Shaw, D. (2005). *The ethical consumer*, Sage Publications.
- Kohlberg, L. (1958). *The development of modes of thinking and choices in years 10 to 16*. Ph.D. Dissertation, University of Chicago.
- Kohlberg, L. (1969). Stage and sequence. The cognitive-developmental approach to socialization. In Goslin (ed.) *Handbook of Socialization Theory and Research*. Chicago: Rand McNally.
- Kohlberg, L. (1973). The claim to moral adequacy of a highest stage of moral judgment. *Journal of Philosophy*, 70(18): 630-646.
- Kohlberg, L. (1981). *Essays on moral development, vol. I: The philosophy of moral development*, San Francisco, CA: Harper & Row.
- Kohlberg, L. (1984). *Essays on moral development, vol. II: The psychology of moral development*, San Francisco, CA: Harper & Row.
- Nicholls, A. (2002). Strategic options in fair trade retailing, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 30, 6-17.
- Nicholls, A., & Lee, N. (2006). Purchase decision-making in fair trade and the ethical purchase gap: Is there a fair trade twix?, *Journal of Strategic Marketing*, 14, 369-386.
- Rest, J. R. (1986). *Moral Development: Advances in Research and Theory*, New York: Praeger.
- Rest, J. R., Cooper, D., Coder, R., Masanz, J. & Anderson, D. (1974). Judging the important issues in moral dilemmas: An objective test of development, *Developmental Psychology*, 10(4), 491-501.
- Rest, J. R., Narvaez, D., Thoma, S. J., & Bebeau, M. J. (1999a), "Alchemy and Beyond: Indexing the Defining Issues Test," *Journal of Educational Psychology*, 89, 498-507.
- Rest, J. R., Narvaez, D., Thoma, S. J., & Bebeau, M. J. (1999b), "DIT2: Devising and Testing a Revised Instrument of Moral Judgement," *Journal of Educational Psychology*, 91, 644-659.
- Rhodes, R. E. & Courneya, K. S. (2003), Modelling the theory of planned behavior and past behavior, *Psychology, Health & Medicine*, 8(1), 57-69.
- Russell, D. W., Kahn, J. H., Spoth, R., & Altmaier, E. M. (1998). Analyzing data from experimental studies: A latent variable structural equation modeling approach. *Journal of Counseling Psychology*, 45, 18-29.
- Shaw, D. & Shiu, E. (2002a). The role of ethical obligation and self-identity in ethical consumer choice, *International Journal of Consumer Studies*, 26(2), 109-116.
- Shaw, D. & Shiu, E. (2002b). 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.
- Shaw, D. & Shiu, E. (2003). Ethics in consumer choice: A multivariate modeling approach, *European Journal of Marketing*, 37, 1485-1498.
- Starr, M. A. (2009). The social economics of ethical consumption: Theoretical considerations and empirical evidence, *The Journal of Socio-Economics*, 38, 916-925.

- Szmigin, I., & Carrigan, M. (2006). Exploring the dimensions of ethical consumption, *European Advances in Consumer Research*, 7, 608-613.
- Tallontire, A., Rentsendorj, E., & Blowfield, M. (2001). Ethical consumers and Ethical trade: *A review of current literature, Policy Series 12*. Chatham, UK: Natural Resources Institute.
- Witkowski, T. H., & Reddy, S. (2010). Antecedents of ethical consumption activities in Germany and the United States, *Australasian Marketing Journal*, 18(1), 8-14.

원 고 접 수 일 : 2016. 05. 09.

수정원고접수일 : 2016. 10. 26.

게 재 결 정 일 : 2016. 11. 02.

## **The Influence of Consumers' Moral Development on Ethical Consumption Focusing on Moderating Effect of Moral Development on Ethical Purchase Behavior**

**Sangmin Jun**

Department of Industrial Psychology, Hoseo University

This study established a structural model for examining the decision-making process of ethical food purchase based on Ajzen's theory of planned behavior to explore how consumers' moral development affected ethical consumption. We verified the moderating effects of consumers' moral development on the influences of (a) ethical purchase intention on ethical purchase behavior and (b) perceived behavior control on ethical purchase behavior. Internet surveys were conducted with 564 adults who had bought ethical foods and structural equation modeling was used. P(%) scores of moral development from Kohlberg's moral development theory were employed to measure consumers' moral development levels. We found ethical purchase attitude and perceived behavior control positively affected ethical purchase behavior, and ethical purchase intention and perceived behavior control influenced ethical purchase behavior. But, the influence of subjective norm on ethical purchase intention was not significant. In addition, consumers' moral development significantly moderated the influence of (a) ethical purchase intention on ethical purchase behavior and (b) perceived behavior control on ethical purchase behavior. Consumers with higher levels of moral development had a higher influence of ethical purchase intention on ethical purchase behavior, and a lower influence of perceived behavior control on ethical purchase behavior. The results suggested useful methods and data to enable businesses, consumer education agencies, and researchers to boost ethical consumption by illustrating the gap between (a) ethical purchase intention and ethical purchase behavior and (b) perceived behavior control and ethical purchase behavior using consumers' moral development.

*Key words* : ethical consumption, moral development theory, theory of planned behavior, ethical food