



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

博士學位論文

계획행동이론을 적용한 로하스제품 구매의도에
영향을 미치는 요인들에 관한 연구



濟州大學校 大學院

經營學科

임혜미

2015年2月


계획행동이론을 적용한 로하스제품 구매의도에
영향을 미치는 요인들에 관한 연구

指導教授 金 炯 吉

임 혜 미

이 論文을 經營學 博士學位 論文으로 제출함

2015年 2 月

 제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY
임혜미의 經營學 博士學位 論文을 認准함

審査委員長 _____

委 員 _____

委 員 _____

委 員 _____

委 員 _____

濟州大學校 大學院

2015 年 2 月

A Study of factors affecting purchasing intention
on LOHAS Product

-Application of Theory of Planned Behavior-

Hye Mi Yim
(Supervised by professor Hyoung Gil Kim)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of
Doctor of Business Administration

2015. 2 .

 제주대학교 중앙도서관
This thesis has been examined and approved.

Thesis director,

2015.2.

Department of Business Administration

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

I. 서론	1
1. 연구의 배경과 목적	1
1) 연구의 배경	1
2) 연구 목적	3
2. 연구 방법	5
3. 논문의 구성	6
II. 이론적 배경	8
1. 로하스의 이해	8
1) 로하스의 개념과 구성	8
2) 로하스 제품	21
3) 로하스 소비 성향의 특성	23
2. 로하스제품의 신념체계와 지각된 품질	24
1) 로하스제품의 행동적 신념체계	24
2) 로하스제품의 통제적 신념체계	26
3) 로하스제품의 지각된 품질	27
3. 계획행동이론	28
1) 계획행동이론의 개념	28
2) 계획행동이론의 구성요소	32
3) 계획행동이론의 선행연구	37
4. 로하스제품의 구매 의도	42
1) 구매 의도의 개념	42
2) 구매 의도에 관한 선행연구	44
III. 연구 방법	48
1. 연구 모형과 가설설정	48
1) 연구 모형	49
2) 가설 설정	49

2. 조작적 정의와 측정	56
1) 로하스제품에 대한 신념체계와 지각된 품질	56
2) 계획행동이론의 구성요소	59
3) 로하스제품에 대한 구매 의도	62
3. 조사 설계	63
IV. 실증 분석	64
1. 표본의 특성	64
2. 측정변수들의 기술통계량	66
3. 신뢰성과 타당성 분석	71
1) 신뢰성 분석	71
2) 타당성 분석	73
4. 구조모형분석	78
1) 구조모형의 적합도 검정	78
2) 가설검증	80
3) 가설검증결과의 요약	101
V. 결론	107
1. 연구의 요약	107
2. 시사점	108
3. 연구 한계 및 미래연구의 방향	111
<참고문헌>	113
<설문지>	124



< 표 목차 >

<표 II-1> 미국 소비자를 대상으로 한 가치관과 라이프스타일	9
<표 II-2> 로하스의 개념과 관련된 선행연구 정리	12
<표 II-3> 건강에 대한 웰빙과 로하스의 차이점 선행연구	15
<표 II-4> 로하스의 구성과 관련된 선행연구 정리	20
<표 II-5> 로하스 소비자의 특성과 로하스 지수 측정을 위한 12개의 핵심 변수 ...	26
<표 II-6> 계획행동이론의 선행연구	41
<표 II-7> 구매의도의 개념	43
<표 II-8> 구매의도의 선행연구	47
<표 III-1> 로하스제품에 대한 신념체계의 측정	58
<표 III-2> 계획행동 구성요소의 측정	61
<표 III-3> 로하스제품에 대한 구매의도의 측정	62
<표 IV-1> 자료의 특성	65
<표 IV-2> 측정변수의 기술통계량(1)	68
<표 IV-3> 측정변수의 기술통계량(2)	69
<표 IV-4> 측정변수의 기술통계량(3)	70
<표 IV-5> 신뢰도 분석	72
<표 IV-6> 타당성 분석	75
<표 IV-7> 주요 결과변인의 타당성 분석	76
<표 IV-8> 분석도구의 개념 신뢰도 및 타당성	78
<표 IV-9> 연구모형의 적합도	80
<표 IV-10> 신념체계와 계획 행동이론의 구성요소간의 관계	81
<표 IV-11> 지각된 품질과 계획 행동이론의 구성요소간의 관계	82
<표 IV-12> 계획 행동이론의 구성요소와 구매의도간의 관계	83
<표 IV-13> 윤리적 규범과 행동에 대한 태도 및 기술적 규범간의 관계	84
<표 IV-14> 교차타당성 분석결과	85
<표 IV-15> 로하스행동에 대한 태도와 구매의도 간의 관계에서의 인구통계적 특성의 조절역할 ..	88

<표 IV-16> 윤리적 규범과 구매의도 간의 관계에서의 인구통계적 특성의 조절역할	90
<표 IV-17> 기술적 규범과 구매의도 간의 관계에서의 인구통계적 특성의 조절역할	92
<표 IV-18> 지각된 통제와 구매의도 간의 관계에서의 인구통계적 특성의 조절역할	94
<표 IV-19> 교차타당성 분석결과	95
<표 IV-20> 로하스행동에 대한 태도와 구매의도 간의 관계에서의 구매행태의 조절역할	96
<표 IV-21> 윤리적 규범과 구매의도 간의 관계에서의 구매행태의 조절역할 ..	97
<표 IV-22> 기술적 규범과 구매의도 간의 관계에서의 구매행태의 조절역할 ..	98
<표 IV-23> 지각된 통제와 구매의도 간의 관계에서의 구매행태의 조절역할 ..	99
<표 IV-24> 매개효과	101
<표 IV-25> 가설검증 결과(1)	102
<표 IV-26> 가설검증 결과(2)	103
<표 IV-27> 가설검증 결과(3)	104
<표 IV-28> 가설검증 결과(4)	105
<표 IV-29> 매개효과	106



< 그림 목차 >

<그림 I-1> 논문의 구성	7
<그림 II-1> 계획행동이론(TPB : Theory of Planned Behavior)	32
<그림 III-1> 연구모형	49
<그림 IV-1> 모형의 경로도	79



Abstract

A Study of Factors Affecting the Purchasing Intention on LOHAS Product - Application of Theory of Planned Behavior

Hye Mi Yim

Department of Business Administration

Graduate School

Jeju National University

The development of science technology and the rapid growth of industrialization brought about the benefits of material civilization and affluent consumption lifestyle in the wake of Industrial Revolution. However, Mass consumption and mass consumption triggered the alarming increase of energy consumption, nature destruction, and environmental pollution, posing a threat to the survival of the all human beings. For this reason, more attention was given not only to the self-safety and the survival of the next generation but also to the environmental value. Against this backdrop, Eco-Friendly Consumption and Green Consumer emerged. This new type of consumer group committed itself to the change in the consumption pattern in consideration of long-term and short-term effects on the nature.

Given the green ecological initiatives driven socially and politically, LOHAS epitomized eco-friendly lifestyle. LOHAS is an acronym for Life styles Of Health and Substantiality, which values the human health and environmental

concerns, and sustainable living. In addition, it represents the eco-friendly and reasonable consumption pattern by adding the social and environmental aspects to the Well-being Concept.

Given the LOHAS belief, our current desire can't encroach on the next generation. It stresses the responsibility of the LOHAS consumer to preserve the nature for the next generation to benefit from the same level of environments and extant cultural heritage. This is a representative of socially-conscious consumption.

As with LOHAS lifestyle evolving into the consumption pattern of the future society in pursuit of the human health, environmental concerns, and a sustainable living, Marketers shed more light on the consumption trend, the development of the LOHAS-related product and the comprehensive life pattern of the LOHAS life cycle. The overseas LOHAS industry have developed a variety of LOHAS-related products; whereas, Korea's LOHAS-related social atmosphere is still immature due the lack of awareness for LOHAS life pattern. There need more efforts for applicability of LOHAS lifestyle.

The researches, oriented to the LOHAS consumers, have been sustainably developed; meanwhile, the ones to understand LOHAS is far from being fulfilled. This objective of the literature is to identify the effects on the purchase intention for which the theory of planned behavior is applied as a basic framework.

Natural marketing research (200) identified the 12 essential factors to understand the LOHAS consumer characteristics and to measure LOHAS index by selecting the personal belief toward the outcome of the certain behaviors, the personal awareness and social pressures that enables consumers to decide whether to implement certain behaviors, and other awareness of technology,

resources, and opportunities to accelerate and undermine the certain behaviors. In this way, the belief system toward the LOHAS –related products has been developed. This literature applied the antecedent variables of the attitude in response to behaviors and perceived behavior restrictions along with the additional variables of ethical and technological standards. Therefore, the empirical analysis can determine the cause and effect relations among variables through the empirical research, which be potentially important in furthering the LOHAS-related developments.

First, behavioral belief system is positively correlated with LOHAS behavior ($p.<0.01$). The normative belief system is meaningful in association with the ethical standard ($p.<0.01$) and technological standard ($p.<0.01$) and the perceived controllability. Additionally, the controllable belief system has a positive correlation with perceived control. ($p.<0.01$).

Second, the perceived quality has a positive association with the attitude toward the LOHAS-related behavior ($p.<0.01$), the ethical standard ($p.<0.01$), and technological standard ($p.<0.01$) and the perceived control ($p.<0.01$).

Third, the attitude in response to the LOHAS-related behavior has a positive association with the purchase intention. However, it is not positively correlated with the ethical standard ($p.<0.1$) at the level of $\alpha =0.05$. Then it is a positively correlated with the technological standard and perceived controllability.

Fourth, the ethical standard is positively correlated with LOHAS-related behavior ($p.<0.01$) and technological standard.

Fifth, The attitude toward the LOHAS-related behavior has a controlling role in the aspect of demographics inclusive of income ($p.<0.05$). On the other hand, the career shows a controlling effect in the relationship between the

perceived control and purchase intent. Income has also a partial controlling effect. However, gender, age, and education don't have any controlling effect.

Sixth, when it comes to the purchase intention influenced by the attitude toward the LOHAS-related behavior, there isn't any evidence to illustrate the controlling effects of the purchase frequency. However, the information source related to the LOHAS behavior has a controlling role. ($p < 0.05$). Meanwhile, the purchase intention affected by perceived control shows that purchase frequency has a controlling effect, whereas the information source for the LOHAS has no controlling effect.

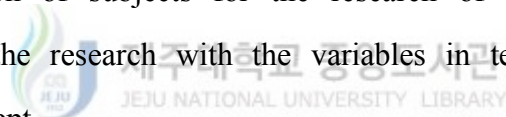
Seventh, the standard belief system ($\beta = 0.154$) has a strong influence on the LOHAS behavior. When considering the technological standard, the standard belief system is the most influential ($\beta = 0.212$). There is also the partial impact of the perceived quality ($\beta = 0.048$). In particular, the ethical standard turned out to be affecting the purchase intention through the technological standard.

Theoretically, standard belief system shows an insignificant relationship in the preceding researches; meanwhile, the standard belief, coupled with the ethical and technological standard, demonstrates a positive relationship with the ethical and technological standard as well as the perceived control. The qualified control positively influenced the technological and perceived control. The technological standard as an expansion variable is positively correlated with purchase intent. The more enhanced the technological standard is the more direct increase the purchase intention. There is a need to enhance the perceived control adjunctively. The reinforcement of the ethical standard can boost the purchase intention indirectly. On the other hand, the preceding research doesn't show the controlling effects demographically. This literature

proves that income is strongly influential and there is a partially controlling effect in the age, career, and education.

In the practical aspect, the sustainable promotion is required for the voluntary participation of consumers, and the efforts is also necessary to spread the LOHAS –related awareness. During the production and promotion of the LOHAS products, it is noted that there is an importance with regard to the production and processing in relation to the awareness of consumers and the importance of promotion. Additionally, income, education, and job are strongly correlated with LOHAS. Therefore, they can be key factors when considering the market segmentation in the planning of LOHAS related products.

In the future, it is expected that the sophistication of the LOHAS model and the subdivision of subjects for the research of LOHAS-related products are essential for the research with the variables in terms of region, industry and LOHAS concept.



I. 서론

1. 연구의 배경과 목적

1) 연구의 배경

산업혁명 이후 과학기술의 발전과 산업화의 급속한 진전은 물질문명의 혜택과 풍요로운 소비생활을 동시에 충족시켰으나 대량생산, 대량소비로 인한 에너지 소비의 가속화, 자연파괴, 환경공해 등은 지구자원의 고갈과 환경파괴의 위기를 초래하게 되었으며 급기야는 인류의 생존마저 위협받는 사태에 직면하게 되었다. 이러한 이유로 자신의 안전과 향후 세대의 생존에 대한 관심이 높아지고 환경의 가치를 중시하며 인간의 자연에 대한 장, 단기적 영향을 고려한 예방적 필요성을 강조하는 차원에서 스스로의 소비형태 변화를 추구하기 위한 소비자집단 즉, 환경 친화적 소비자 또는 녹색소비자가 등장하기 시작하였다.

녹색소비자는 실천적인 행동집단으로 지구자원의 고갈과 환경파괴 등 생존의 위협 등으로부터 보호받기 위한 집단으로 특정상품의 기피, 환경보전운동에 참여, 소비자고발 등을 통하여 환경에 대한 개인적인 관여를 일반화하여 기업의 제품은 물론 경영방침에도 압력을 가하고 있다. 이러한 소비형태의 변화는 정부로 하여금 모든 생산과정에서 자원과 에너지를 절약할 수 있고 오염물질을 적게 배출하는 친환경상품의 보급 활성화를 적극적으로 추진하게 하였고 「친환경상품 구매 촉진에 관한 법률」을 제정, 시행(2007. 7)하여 공공기관 구매품목에 친환경상품이 있는 경우, 친환경상품을 의무적으로 구매하도록 하며 친환경 상품 보급기반 구축과 산업계의 녹색구매 자발적 협약 체결, 대국민 친환경상품의 홍보, 교육을 확대하여 환경 친화적 생산, 유통, 소비를 확산하고 있다(고정원, 이성림, 김민정, 2010). 또한, 기업체들은 차세대의 미래와 환경을 고려한 무공해, 유기농,

친환경제품을 찾는 소비자들의 요구에 부응하기 위해서 유기농 음식이나 친환경 세제, 전력소비가 낮은 전자 제품 등 환경 친화적인 제품과 서비스를 개발하고 기존의 녹색 소비자와 환경 친화적 소비자의 소비행동 연구에 노력을 해왔으나 녹색 소비자와 환경 친화적 소비자를 식별해내기 어렵고 일관된 소비행동을 찾는 어려움에 봉착하여 효과적인 그린마케팅을 전개할 수 없기 때문에 소비자의 생활양식에 초점을 맞추기 시작하였다(황금주, 2009). 이러한 친환경 사회적 및 정책적 배경 하에서 친환경 상품을 구매하고, 친환경적인 생활양식을 지향하는 대표적인 트렌드로 로하스를 들 수 있다.

로하스(LOHAS)는 Life styles Of Health And Sustainability의 줄임말로, 건강과 환경, 사회의 지속적인 발전 등을 심각하게 생각하는 소비자들의 생활 패턴을 가리키며, 웰빙에 사회와 환경을 추가하여, 친환경적이고 합리적인 소비패턴을 지향한다는 의미다. 최근 몇 년 사이 대중매체에 의해 주도되고 전파된 미래 사회에 대한 관심이 웰빙 사업에 성공한 기업들을 중심으로 다양한 로하스 마케팅에 의하여 소비자들의 관심을 끌고 있다.

로하스의 개념은 소비자들의 친환경적, 자발적, 사회 의식적 행동을 모두 포함하는 개념이지만 국내의 로하스 개념은 웰빙 마케팅의 한계를 인식한 기업들이 로하스 마케팅으로 확대, 극복하기 위한 마케팅 전략으로 일반 소비자에게 알려지게 되었다. 현재 동시대에 사는 개인의 욕구가 미래세대를 침해하면서까지 충족되어서는 안 되며, 향후 세대에도 현재 세대와 같은 수준의 자연환경과 혜택 및 욕구를 누릴 수 있는 환경의 보존과 현존하는 문화유산을 잘 유지하여 후손들에게 훼손 없이 물려줄 수 있는 통제에 의한 전략적이고 사회 의식적 소비를 지향하는 로하스적 개념, 로하스적 생활양식이 현대 사회의, 그리고 미래 사회를 위한 소비 트렌드로 자리매김하고 있다.

기존의 로하스에 대한 연구 대부분은 로하스 소비의식이 있는 소비자는 로하스제품에 대한 태도가 호의적일 것이고 따라서 어느 정도 가격이 비싸더라도 로하스제품을 구입할 것이라는 결론을 내리고 있다. 또한, 일부 연구자들은 로하스 소비자의 추세를 도입, 성장, 성숙과 같은 몇 단계로 나누고, 이들 단계에 따라 로하스 소비를 더 많이 할 것이라고 주장하고 있다. 선행연구들을 검토해 보면 로하스 소비자를 대상으로 실시된 마케팅 연구는 지속적으로 발전해 왔지만, 로

하스 소비자의 로하스제품 구매행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 통제, 구매의도와 같은 로하스 소비행동을 이해하려는 연구는 미흡한 실정하기에 로하스 소비자의 행동을 체계적으로 이해할 수 있는 연구가 필요하다. 로하스 소비자의 사고과정을 통해 행동 의도를 형성하고, 형성된 행동 의도는 실제 로하스제품 구매 행동을 실천함에 있어서 결정적 역할을 하는데(Lam and Hsu, 2006), 이러한 논리는 로하스제품을 구매하는 로하스 소비자에게도 적용될 수 있다.

로하스 소비자의 행동을 이해할 수 있는 이론으로 과정 중심적 접근방법에 따른 계획행동이론(theory of planned behavior)이 있다(Ajzen, 1991). 계획행동이론은 긍정적 또는 부정적 태도를 바탕으로 구매 의도를 형성하는 일련의 과정을 설명한 다속성 태도 모델을 근간으로 한다. 인지적, 심리적 요인들이 행동에 미치는 영향을 잘 설명할 수 있는 사회심리학적 이론으로서 많은 분야에서 이론의 우수성이 입증되어 왔음에도 불구하고 계획행동이론을 통해 로하스 소비자의 로하스제품 구매 행동을 이해하려는 학술적 연구는 아직까지 부족한 실정이다(Han, Hsu and Sheu, 2010). 계획행동이론과 같은 과정 중심적 접근방법을 이용하면 소비자의 행동을 결정짓는 주요 요인들에 대한 상대적 중요성과 이들 요인들이 행동을 결정하는 과정을 확인할 수 있기 때문에 계획행동이론을 통한 로하스 소비자들의 행동을 설명하려는 시도는 학술적으로 의미가 있다고 볼 수 있겠다. 이에 따라 본 연구는 로하스 소비에 대한 의식이 로하스 소비 행태로 어떻게 작용하는지에 대해서 살펴봄으로써 로하스 소비 확대를 위한 방향성을 연구하고 기업경영과 관련하여 새로운 트렌드에 맞는 마케팅 방안을 제시하고자 한다. 환경 및 지속가능한 소비경제의 중요성이 부각되고 있는 상황에서 로하스는 세계적인 추세에 맞추어 우리나라뿐만 아니라 세계의 환경과 자원을 보호해서 후세에 물려주기 위한 생활양식으로서 적극 권장되어야 할 것이다(권용주, 송홍규, 김지은, 2007).

2) 연구 목적

건강과 환경, 사회의 지속적인 발전 등을 생각하는 로하스적 생활양식이 미래 사회를 위한 소비 형태로 발전함에 따라 많은 기업들은 로하스 소비자의 소비

트렌드와 로하스와 관련한 제품개발 및 그와 관련한 로하스 소비자의 전반적인 생활양식의 중요성을 인식하고 있다. 이러한 실정 속에 국외 로하스 산업은 로하스와 관련한 제품개발이 다양하게 이루어지고 소비자에게 제공되고 있지만, 국내 로하스 관련 기업의 실정은 이에 비하여 로하스제품에 대한 인식이 부족하고, 제품기획 시 로하스 소비자의 전반적인 생활양식에 대한 적용이 활발히 이루어지지 않고 있다. 로하스 소비자의 구매의도에 대한 태도는 로하스제품을 선택하는 중요한 역할을 하고 있으며, 지속적인 고객의 가치를 만족시키기 위해서 기업은 소비자의 건강하고 가치 있는 삶의 제공을 위해 노력하고 있다는 인식을 심어줄 필요성이 있다. 이에 따라서, 본 연구에서는 로하스 소비자가 로하스제품을 선택하는 행동에 있어서 어떠한 의도에 의하여 구매행동을 하는지에 대한 심리적 요인들을 이론적으로 정립하고, 로하스 산업을 운영하는 기업들에게 로하스제품에 대한 구매의도의 필요성 제고를 통하여 로하스 관련 제품기획 시 소비자들이 느끼는 문제점과 그에 대한 방안을 위한 기초자료를 제공하고자 함을 목적으로 한다. 본 연구의 세부적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 로하스 의식의 개념과 그에 따른 소비행동 및 전반적인 시장 현황을 기존 선행연구를 통해 살펴본다. 이는 로하스 소비자의 기본적인 생활양식과 시장 흐름을 파악하고 향후 로하스의 발전 방향을 예측하여 로하스 제품의 시장변화에 성공적으로 안착 할 수 있는 개발 및 유통전략 수립에 필요한 기초자료를 제공하는 중요한 의미를 갖는다.

둘째, 계획행동이론을 중심으로 로하스 소비자의 행동에 대한 태도, 윤리적 규범, 기술적 규범, 지각된 통제와 구매의도를 결정하는 로하스제품에 대한 행동적 신념체계, 로하스제품에 대한 통제 신념체계, 주관적 규범을 개발하고 선행연구의 추가변수인 지각된 품질, 윤리적 규범, 기술적 규범의 적용 여부를 확인하며 로하스제품에 대한 구매의도의 정의 및 계획 행동이론을 토대로 연구모형과 가설을 설정하여 각각의 변수들이 모형에서 어떠한 관련성과 영향력이 있는지를 검증하고자 한다.

셋째, 이론적인 연구와 실증 연구를 통하여 변수간의 인과관계를 규명하고 구성요소인 로하스제품의 태도, 윤리적 규범, 기술적 규범, 지각된 통제와 구매의도 사이의 경로에서 소비자의 인구통계학적 특성과의 관계를 밝히고자 한다.

넷째, 본 연구를 토대로 로하스제품과 관련된 향후의 연구발전에 도움을 줄 수 있는 시사점을 제공하고자 한다.

2. 연구 방법

본 연구는 로하스제품에 대한 소비자의 실제 이용과 로하스제품 구매의도에 간에 상관관계가 높을 것이라는 가정 하에 계획행동이론을 이용하여 소비자의 로하스제품 구매의도에 미치는 요인들 간의 관계를 분석하고자 한다. 연구방법을 다음과 같이 정리하였다.

첫째, 문헌연구는 연구 구성에 따라 본 연구의 이론적 배경이 되는 로하스, 계획행동이론, 로하스제품에 대한 신념체계, 로하스제품 구매의도에 관한 국내, 외의 문헌자료를 수집하고 선행연구의 고찰을 통해 연구모형과 가설을 설정하였다. 설문 문항의 구성은 Ajzen(1991)이 제시한 계획행동이론의 설문지작성 가이드라인과 계획행동이론을 적용한(김소영, 2012; 김양숙, 윤지현, 박영희, 김행란, 2010; Han et al., 2010; Lam and Hsu, 2006)의 선행연구를 바탕으로 내추럴마케팅연구소(2000)의 로하스 소비자의 특성을 측정하기 위한 12개의 핵심 변수를 수정, 보완하여 작성하였다. 계획행동이론을 적용하여 로하스와 관련한 인간의 행동을 조사한 선행연구는 아직까지 미미한 실정이다. 이에 따라, 로하스제품에 대한 소비자의 구매의도를 측정하기에 적절한 변수 선정을 위해서 사전조사를 통하여 전체 측정모형의 타당성을 평가하고 적합한 수정 후 본 조사를 진행하였다. 또한, 로하스에 대한 일반인의 개념상의 정립이 아직 미미한 까닭으로 응답자의 이해를 돕기 위해서 설문지 도입부에 로하스를 대표하는 실천지침들을 상세히 제시 하였다.

둘째, 회수된 자료 중 불성실한 설문을 선별하여, 부호화가 완료된 코딩자료는 사회과학통계패키지(PASW Statistics 18)를 통해 분석 자료의 특성 및 정규성을 검토하기 위해 기술통계량을 빈도분석(Frequency)에 의해 얻었고, 분석도구의 주요개념에 대한 타당성을 확보하기 위해 탐색적 요인분석(Factor Analysis), 신뢰계수를 위한 신뢰도분석(Reliability Analysis) 등을 하였다. 1차적으로 신뢰도와 타당도가 확보된 자료는 구조방정식모델링 소프트웨어(IBM SPSS AMOS

20.0.0)를 통해 확인적 요인분석을 거쳐 적합도 및 개념 신뢰도와 2차적인 분석 도구의 타당성을 확인하였고, 연구모형에 나타난 주요 개념들 간의 관계를 구조 방정식 모델링을 이용해 파악하였다. 특히 타당성분석에서는 개념 신뢰도나 개념 간 상관관계뿐만 아니라 표준화회귀계수를 활용한 평균 분산추출 값을 산정하였다. 한편, 가설검증은 최종 연구모형의 적합도가 확보된 후 개념 간 영향관계를 설정한 가설순위에 따라 검증하였고, 로하스행동에 대한 태도, 윤리적 규범, 기술적 규범 및 지각된 통제와 최종 종속변수인 구매의도간의 관계에서 인구통계적 특성, 로하스제품의 구매행태 그리고 주관적 규범정도 등의 조절효과를 검증하기 위해 개별모수 및 χ^2 검증을 통해 다중집단분석을 하였다. 또한 구매의도에 영향을 미치는 구성요소들의 간접효과 및 유의성을 파악하기 위해 부트스트래핑(Bootstrap ML)을 활용하였다.

셋째, 분석 자료를 통하여 가설검증을 하였고 본 연구의 요약과 시사점을 정리하고 연구의 진행 시 나타난 한계 상황과 향후 추가적으로 필요한 연구를 제안하였다.

3. 논문의 구성



본 논문의 내용적 구성은 총 5장으로 구성되었으며 이를 구체적으로 기술하면 다음과 같다.

I 장은 서론으로 연구의 배경, 연구의 목적, 연구의 방법 및 구성을 제시한다.

II 장은 이론적 배경으로 로하스의 이해, 로하스의 신념체계화 지각된 품질, 계획행동이론, 로하스제품의 구매의도에 대한 문헌고찰을 정리하여 서술한다.

III 장은 이론적 배경을 바탕으로 관련 변수들의 연구모형 및 가설의 설정 등 연구 설계로 구성한다.

IV 장은 실증분석으로 가설검증 및 각각의 분석요약과 검증결과를 정리한다.

V 장은 결론부분으로 실증분석으로 얻어진 연구결과의 시사점을 정리하고 연구의 한계 및 향후 연구방향을 제시한다. 이상의 내용을 정리하면 다음 <그림 I-1>과 같다.

<그림 I -1> 논문의 구성

I 서 론			
연구의 배경 및 목적		연구의 방법 및 구성	
II 이론적 배경			
로하스의 이해	로하스의 신념체계와 지각된 품질	계획행동이론	로하스제품의 구매의도
III 연구 설계			
연구 모형과 가설 설정	조작적 정의와 측정	조사 설계	
IV 실증분석			
표본의 특성	신뢰도와 타당도	가설검증	분석 결과
결 론			
연구 결과 및 논의		연구 한계 및 제언	

Ⅱ. 이론적 배경

1. 로하스의 이해

1) 로하스의 개념과 구성

(1) 로하스의 개념

미국의 내추럴마케팅연구소(Natural Marketing Institute, 2000)가 처음 발표한 개념인 로하스(LOHAS)는 '건강과 지속 성장성을 추구하는 라이프스타일(Life-style of Health and Sustainability)'의 약자로, 친환경적이고 합리적인 소비패턴을 지향하는 사람들이 여기 포함된다. 로하스에서 가장 중요한 개념은 '건강(health)'과 '지속가능한 발전(sustainability)'으로 로하스 라이프스타일의 소비자들은 제품을 구입할 때 현재의 개인만을 생각하는 것이 아니라 미래의 후손까지 고려하며, 우리가 누렸던 자원을 후손에게 물려주어 지속 가능한 삶을 유지시키는 개념인 것이다(내추럴마케팅연구소, 2006). 로하스는 자기 자신은 물론 타인의 삶까지도 존중하면서 사회적 공동의 선과 정의에도 적극적 관심을 가지고, 생활 속에 구체적이고, 분명하고, 실천적으로 행동하는 삶을 추구한다.

로하스는 미국의 사회학자 Paul. H. Ray and Sherry Ruth Anderson이 1998년 약12년에 걸쳐 10만 명 이상의 미국 소비자를 대상으로 가치관과 라이프스타일을 중심으로 그 관계를 조사하여 새로운 가치관, 건강지향적인 라이프스타일을 추구하는 집단을 발견한 것에서 출발하고 있다(Cortese, 2003). Paul. H. Ray and Sherry Ruth Anderson은 약 12년간에 걸친 미국인의 가치관 조사 연구를 토대로 미국인을 세 가지 유형으로 분류하였다. 즉, 신앙심이 깊으며 과거에 얽

매이거나 종교적인 신념에 사로잡힌 사람인 전통주의자(traditionalist)와 민주주의와 과학기술을 신봉하는 현대인(Moderns)이외에 지구환경과 사회정의, 자기실현에 깊은 관심을 갖는 문화 창조자(Cultural Creatives)층이 약 28% 존재하고 있음을 발견하였다. 이들은 1995년 로하스라는 용어를 처음 만들었으며, 2000년 출간된 "The Cultural Creatives(창조적 문화인)"이라는 저서에서 로하스개념에 대해 자세히 언급한 것으로 나타났다(김민주, 2006). 문화 창조자 층은 기존 자본주의의 대량생산, 대량소비와는 다른 새로운 문화를 지향하는 깨어있는 소비자(Conscious Consumer)로서 미국경제를 구조적으로 변화시키고 있다고 주장하였다. 이들은 자기 자신과 사회, 지구의 건강과 지속성을 배려하는 가치 있는 상품과 서비스를 선호하는 라이프스타일을 추구하며 건강과 지구환경, 인간관계, 평화, 사회정의, 사회실현 등의 정신적, 신체적인 삶의 질 향상에 많은 관심을 가지고 행동으로 실천하는 특성을 가지고 있다. 이러한 문화 창조자의 개념은 내추럴마케팅연구소(2000)가 주장한 로하스의 사상적 배경을 제공해 주었다. Paul. H. Ray and Sherry Ruth Anderson(1998)의 저서인 "The Cultural Creatives"(창조적 문화인)에 기술된 미국 소비자를 대상으로 한 가치관과 라이프스타일을 정리하면 다음<표 II-1>과 같다.

<표 II-1> 미국 소비자를 대상으로 한 가치관과 라이프스타일
(단위 : %)

구분	비중	내용
전통주의자 (traditionalist)	24 %	신앙심이 깊으며 과거에 얽매이거나 종교적인 신념에 사로잡힌 사람
현대인 (Moderns)	48 %	민주주의와 과학기술을 신봉
문화 창조자 (Cultural Creatives)	28 %	지구환경과 사회정의, 자기실현에 깊은 관심을 갖는 깨어있는 소비자(Conscious Consumer)

자료 : Ray and Anderson(2000), The cultural creatives: How 50 million people changing the world, *Three Rivers Press*, p. 86.

Conscious media Network의 마케터들은 마케팅적 측면으로 약 28%의 문화 창조자 층을 대상으로 하여 특정한 유형의 소비자들에게 호소할 수 있는 상품이나 서비스 기회를 규정하기 위해서 로하스라는 용어를 고안하였다. 로하스의 근간을 이루는 기본적인 가치관은 이미 오래 전부터 존재해 왔다. 현대적 의미의 사회적 책임과 지속가능성을 중시하는 비즈니스의 출발은 1970년대 중반 공해 등의 환경문제를 일으키는 대기업에 저항하여 소비자들은 기업의 사회적 책임을 요구하게 되었고 기업들은 이러한 요구에 주목하여 마케팅적 측면에서 사회적 책임 측면으로 알코올과 담배, 게임, 무기 생산 등에 관련된 기업에 투자하지 않는 초기의 사회책임투자를 실시하였다. 최초의 사회책임투자 펀드로 알려져 있는 팩스월드펀드(Pax World Funds)는 1971년 베트남전에 반대하기 위해서 군사 기업에 대한 모든 투자를 중단하기도 하였다. 1980년대에는 개인의 건강과 미래의 환경을 생각하는 소비자 집단들이 미국을 중심으로 부상하기 시작하였다. 물질적 자본주의에 대한 반성과 환경오염에 대한 지각이 커지면서 개인의 건강을 지키고 환경에도 친화적인 구매 활동을 하는 사람들이 증가하였다. 이와 같은 소비자들의 움직임에 대응하여 사회적 책임과 환경을 중시하는 기업들이 증가하였다. 1990년대에는 시대적 흐름에 따라 경영 활동의 일부로 자발적인 사회적, 환경적 책임을 수행하는 기업이 증가하였고, 이들을 지원하는 시민단체들도 등장하였다. 비영리 재단인 “사회적 책임을 위한 비즈니스(Business for Social Responsibility)”도 1992년대에 설립된 이후, 현재 포춘 500대 기업의 절반 정도가 참여하는 조직으로 성장하였다. 2000년대 이후에는 지구온난화, 식품 안전성 문제 등 기업의 부정 사태가 본격적으로 부각되면서 비즈니스의 사회적 책임과 지속가능성에 대한 논의와 실천이 더욱 체계화 되었다. 기업과 이해관계자 간 커뮤니케이션의 중요한 수단으로 지속가능성 보고서가 활용되고, 환경 친화적 녹색 구매와 그린 마케팅이 더욱 확산되었으며, 기업을 포함한 모든 기관들의 사회적 책임을 국제적으로 규격화하는 작업도 진행되고 있다.

서남미(2004)는 로하스란 건강과 환경, 사회정의, 자기발전, 지속가능한 삶에 가치를 둔 소비를 의미하며 자신의 건강뿐만 아니라 후대에 물려 줄 지속가능성(sustainability)을 생각하는 소비패턴을 지칭한다고 하였다. Steve and Gwynne (2005)은 지속가능성, 그리고 건강을 염두에 두고 살아가는 사람들의 라이프스타

일을 로하스라 정의하였고 KOTRA(해외조사팀, 2005)는 로하스란 웰빙과는 달리 자신의 건강뿐만 아니라 후대에 물려 줄 지속가능한(sustainability) 소비기반을 생각하는 소비패턴으로 사회, 경제, 환경적 토대를 위태롭게 하지 않는 범위에서 소비함으로서 다음세대가 건강하고 풍요로운 삶을 누릴 수 있도록 배려하는 현명한 소비자들의 라이프스타일을 의미한다고 정의 하였다. 서동구(2008)는 로하스란 건강과 지속가능성을 추구하는 라이프스타일의 약자로 친환경적이고 합리적인 소비패턴을 지향하는 사람들이 여기에 포함된다고 하였으며 박임구(2008)는 로하스란 건강과 지속적인 성장을 추구하는 생활방식이나 이를 실천하는 사람을 말하며 개인의 정신적, 육체적 건강뿐만 아니라 환경까지 생각하는 친환경적인 소비 형태를 보인다고 하였다. 또한 자신의 건강 외에도 후대에게 물려줄 미래의 소비 기반으로 지속가능성을 고려하며, 이러한 생활방식을 실천하는 사람들을 로하스족이라 하였다. 남미경(2010)은 로하스는 자신의 건강과 행복만이 아니라 소외계층에 대한 배려, 나아가 후세에 물려줄 환경까지 생각하여 친환경적이고 합리적인 소비 패턴을 지향하고 건강, 환경, 사회에 대한 고려를 최우선 가치로 삼고 있다고 하였고 주현식, 정삼권(2008)은 로하스는 말 그대로 지속가능성, 그리고 건강을 염두에 두고 살아가는 사람들을 의미하며, 건강, 환경, 사회정의, 자기발전과 지속가능한 삶에 가치를 둔 소비 집단을 지칭하는 것으로 통상 자신의 정신 및 신체적 건강뿐만 아니라 후대에 물려줄 소비기반의 지속가능성을 중시하는 사람들이라고 정의하였다.

매년 로하스 컨퍼런스가 개최되고, 로하스 저널이 창간됨에 따라 로하스의 개념은 세계적으로 급속히 확산 추세에 있다. 로하스가 시작된 미국을 비롯해 유럽, 일본에서도 방송과 언론을 통해 로하스가 소개되면서 로하스는 일시적인 붐이나 유행이 아닌 주류가 될 것으로 전망되고 있다(박은경, 2008).

2005년에 대한상공회의소 발간자료 ‘미래상품의 특성과 기업의 대응방안 연구’에서 기후변화협약 등 환경에 대한 관심 증가, 주요국의 환경규제 강화 등으로 인해 웰빙에 환경의 개념을 더한 ‘로하스’가 새로운 소비 트렌드를 형성할 것으로 전망했다. 이러한 로하스의 기본개념은 웰빙과 비교될 수 있다. 웰빙이 개인의 건강과 행복한 삶을 추구하는 라이프스타일로 나타나는 반면, 로하스는 지속가능한 소비를 토대로 환경을 고려하고 사회전체의 건강과 행복, 안녕을 추구하

는 라이프스타일로 구분되고 있다. 즉, 로하스는 웰빙 트렌드에서 발전된 라이프스타일로 건강, 친환경과 지속가능성을 고려하여 소비하는 사람들의 라이프스타일을 의미한다(최순희, 조용범, 2009). 이상의 로하스의 개념과 관련된 선행연구를 정리하면 다음<표 II-2>와 같다.

<표 II-2> 로하스의 개념과 관련된 선행연구 정리

연구자	선행연구
Ray and Anderson(1998)	자기 자신과 사회, 지구의 건강과 지속성을 배려하는 가치 있는 상품과 서비스를 선호하는 라이프스타일을 추구하며 건강과 지구환경, 인간관계, 평화, 사회정의, 사회실현 등의 정신적, 신체적인 삶의 질 향상에 많은 관심을 가지고 행동으로 실천하는 특성
서남미(2004)	건강과 환경, 사회정의, 자기발전, 지속가능한 삶에 가치를 둔 소비를 의미하며 자신의 건강뿐만 아니라 후대에 물려줄 지속가능성을 생각하는 소비패턴을 지칭
KOTRA(2005)	지속가능한 소비기반을 생각하는 소비패턴으로 사회, 경제, 환경적 토대를 위태롭게 하지 않는 범위의 소비와 다음세대가 건강하고 풍요로운 삶을 누릴 수 있도록 배려하는 현명한 소비자들의 라이프스타일
Steve and Gwynne(2005)	지속가능성, 그리고 건강을 염두에 두고 살아가는 사람들의 라이프스타일
박임구(2008)	건강과 지속적인 성장을 추구하는 생활방식이나 이를 실천하는 사람을 말하며 개인의 정신적, 육체적 건강뿐만 아니라 환경까지 생각하는 친환경적인 소비 형태
서동구(2008)	건강과 지속가능성을 추구하는 라이프스타일의 약자로 친환경적이고 합리적인 소비패턴을 지향하는 사람들
주현식, 정삼권(2008)	지속가능성, 그리고 건강을 염두에 두고 살아가는 사람들을 의미하며, 건강, 환경, 사회정의, 자기발전과 지속가능한 삶에 가치를 둔 소비 집단을 지칭
남미경(2010)	자신의 건강과 행복만이 아니라 소외계층에 대한 배려, 나아가 후세에 물려줄 환경까지 생각하여 친환경적이고 합리적인 소비 패턴을 지향하고 건강, 환경, 사회에 대한 고려를 최우선 가치로 함

(2) 로하스의 구성

로하스의 구성은 내추럴비즈니스연구소(2006)가 발표한 로하스에 대한 정의 중 자신의 정신 및 신체적 건강뿐만 아니라 후대에 물려줄 소비기반의 지속가능성을 중요하게 생각하는 로하스족의 기본 가치인 건강, 환경, 사회정의, 자기발전과 지속가능한 삶의 방식을 구성요소로 한다.

(가) 건강

로하스의 건강에 대한 기본개념은 일반적으로 웰빙과 웰니스의 개념에서 시작되었다. 웰빙은 건강, 생활만족, 행복, 희망 등에 관한 개념이고 이러한 웰빙의 형태는 개인의 건강과 행복을 우선으로 받아들이는 삶을 추구하는 라이프스타일로 적용되고 있다. 웰니스는 사람들이 최적의 건강상태(optimal wellbeing)를 유지하기 위해서 생활양식을 돕는 새로운 학문적 영역으로 신체적 건강(physical), 사회적 건강(social), 정서적 건강(emotional), 지적 건강(intellectual), 정신적 건강(spiritual)에 도달 할 수 있도록 능동적으로 노력하는 생활양식의 변화과정을 말한다(Hellier et al., 2003; 김상국, 1996). 로하스는 웰니스의 개념에 지속가능한 소비를 추가하여 환경을 고려한 사회전체의 건강과 행복을 추구하는 라이프스타일로 주관적이기 보다는 이타적인 개념으로 받아들여지고 있다(Steve and Gwynne, 2005).

이처럼 로하스의 구성 요인 중 건강은 웰빙과 웰니스에서 발전한 개념이지만 로하스와 웰빙 및 웰니스의 건강에 대한 차이점은 선행연구를 통하여 다음과 같이 설명할 수 있다. 권용주, 송홍규(2006)는 웰빙은 ‘자신과 가족이 건강하고, 건강한 삶을 위한 소비자’이지만 로하스는 ‘자신과 가족 그리고 미래의 후손까지 건강한 삶을 위해 지속가능한 지구 환경을 보존하는 소비자’라고 하였다. 권용주, 송홍규, 김지은(2007)은 로하스는 “삶의 질적 향상”이라는 면에서 웰빙과 같은 개념으로 받아 드릴 수 있으나 소비와 관련된 가치소비 면에서 비교가 될 수 있다고 하였다. 지금까지 국내에 보편적으로 받아들여진 웰빙의 개념이 ‘개인과 가족 단위의 건강한 삶의 추구’로 대부분 상업적 소비와 상품구매에 집중되어왔다

면 최근에 대두되고 있는 로하스는 기존 개념의 한계를 극복하고 사회적 단위의 웰빙을 추구하는 정신적, 정서적 라이프스타일이 강조되는 특징으로 사회적 관심을 받고 있다. 박수민(2006)은 웰빙은 단순히 '삶의 질을 높이고 개인의 잠재력을 극대화 시키려는 태도와 행위를 지니는 것'이라면 로하스는 '지구를 보존하기 위해 자원을 절약하면서 심신을 모두 풍부하게 하고 의식 있는 삶의 방법을 목표로 하는 것'으로 행동뿐 아니라 확고한 내면적 가치에 기반 하여 적극적으로 동기화된 생활양식으로 보고 있다. 주현식, 정삼권(2008)은 로하스는 건강한 삶을 추구한다는 측면에서 웰빙과 비슷하지만, 로하스는 자신의 건강뿐 아니라 '후손의 건강'까지 챙긴다는 차이를 보인다고 하였다. (고정원, 이성림, 김민정, 2010)은 웰빙은 평안한, 건강한, 만족한, 고급스러운 등으로 표현하는 'Well'과 삶, 생활, 존재 등의 의미인 'Being'의 조합으로 '지극히 이기적 동기'가 작용하는 반면, 로하스는 이타적인 동기로 시작된다는 점에서 뚜렷한 대조를 보여주고 있다고 하였다. 웰빙은 물질적 가치나 명예를 얻기 위해 앞만 보고 달려가는 삶보다는 건강한 신체와 정신을 유지하는 균형 있는 삶을 행복한 척도로 삼는 새로운 라이프스타일의 한 유형을 의미하는 것에 가까웠으나, 국내에 상업적 유행으로 번지면서 요가나 스파, 피트니스 클럽을 즐기며 비싼 유기농의 재료를 사용한 음식을 선호하는 등 물질적 풍요와 고급화, 지나친 건강과 미용에 대한 집착 등으로 그 의미가 왜곡되는 경향도 나타나기 시작하였다(유현정, 2006; 고정원, 이성림, 김민정, 2010). 로하스는 사회적 웰빙으로 웰빙에 환경 개념을 추가한 것이다. 웰빙과 로하스는 천연제품을 쓰고 유기농산물을 먹는 등 건강을 생각한다는 점에서는 공통점이 있다. 하지만 로하스는 환경 친화적이고 생태학적인 제품소비로까지 소비패턴이 확장되어 있다. 자신의 건강을 위해 자연친화적 상품을 선택하는 것은 웰빙이지만, 상품을 선택할 때 상품의 재활용 가능성, 거래의 공정성 등의 요소까지 따지는 것은 로하스이다. 재생 가능한 원료가 들어간 제품을 구매하고, 환경보호에도 적극성을 보이는 것이다. 제3세계 노동력을 착취한다는 불공정거래를 이유로 스타벅스의 커피 대신 '아름다운 가게'의 공정거래 커피를 구입하는 것도 로하스와 관련이 있다. 웰빙이 개인과 가족의 건강과 삶의 질만 너무 추구한다는 이기적인 측면의 비판과 지적으로 인해 웰빙에서 한 단계 발전하여 타인과 미래 세대의 건강까지 고려하는 사회적이고 지속가능한 소비에 초

점을 맞춘 로하스라는 새로운 트렌드가 등장하였다. 로하스의 구성 요인 중 건강에 대한 웰빙과 로하스를 비교한 선행연구를 정리하면 다음 <표 II-3>와 같다.

<표 II-3> 건강에 대한 웰빙과 로하스의 차이점 선행연구

연구자	웰빙	로하스
Dungan, Brown and Ramsey(1996)	건강, 생활만족, 행복, 희망, 사기 등의 개념으로 개인의 건강과 행복을 우선으로 받아들이는 삶을 추구하는 라이프스타일	건강, 환경, 사회정의, 자기발전과 지속가능한 삶에 가치를 둔 소비 집단을 지칭하는 것으로 통상 자신의 정신 및 신체적 건강뿐만 아니라 후대에 물려줄 소비기반의 지속가능성을 중요하게 생각하는 사람들
Steve and Gwynne(2005)	개인의 건강과 행복을 우선으로 받아들이는 삶을 추구하는 라이프스타일	웰빙의 개념에 지속가능한 소비를 추가하여, 환경을 고려한 사회전체의 건강과 행복을 추구하는 라이프스타일로 주관적이기 보다는 이타적인 개념
권용주, 송홍규(2006)	자신과 가족이 건강하고, 건강한 삶을 위한 소비	자신과 가족 그리고 미래의 후손까지 건강한 삶을 위해 지속가능한 지구 환경을 보존하는 소비
박수민(2006)	삶의 질을 높이고 개인의 잠재력을 극대화 시키려는 태도와 행위	지구를 보존하기 위해 자원을 절약하면서 심신을 모두 풍부하게 하고 의식 있는 삶의 방법을 목표로 하는 것
권용주, 송홍규, 김지은(2007)	개인과 가족 단위의 건강한 삶의 추구	사회적 단위의 웰빙을 추구하는 정신적, 정서적 라이프스타일
주현식, 정삼권(2008)	개인의 건강한 삶을 추구	자신의 건강뿐 아니라 후손의 건강까지 고려
고정원, 이성림, 김민정(2010)	평안한, 건강한, 만족한, 고급스러운 등으로 표현하는 'Well'과 삶, 생활, 존재 등의 의미인 'Being'의 조합으로 '지극히 이기적 동기'가 작용	자신의 건강뿐 아니라 후손의 건강까지 고려하는 이타적인 동기로 시작

(나) 환경

로하스는 건강과 더불어 삶의 방식이 친환경적인 부분까지 따지는 꼼꼼한 생활습관을 의미한다(내일신문, 2007). 박은경(2008)은 로하스에서 환경은 지구의 운명과 인류의 생명, 지속적인 발전을 위한 지구 자연 환경을 뜻하는 것으로 정신적, 정서적 라이프스타일이 강조되는 계몽적인 성격이 짙다고 하였다. 고정원, 이성림, 김민정(2010)는 환경문제를 의식하고 재화와 용역을 구매, 사용, 처분하는 소비의 과정에서 사회와 환경에 미치는 해로운 영향을 인식하여 개인의 욕구와 사회의 복지까지도 함께 고려하는 소비를 로하스적 소비라 정의하였다.

로하스족은 비환경적 소비자와는 달리 보다 나은 환경을 위해서라면 생활의 불편을 감수할 뿐만 아니라 더 비싼 가격을 지불하더라도 친환경제품을 사용할 수 있는 의지를 가지고 있는 사람을 말한다. 즉, 로하스족은 ‘사회적 웰빙’까지 소비패턴을 확장시켜 보려고 하는 사람을 말한다. 따라서 로하스의 환경에 대한 개념은 현재의 환경뿐만 아니라 미래 환경의 지속가능한 발전을 고려하는 ‘사회적 웰빙’과 ‘사회적 웰니스’라는 점에서 개인을 중심으로 잘 먹고 잘살기를 추구하는 비환경적 소비자와는 차이가 있다고 볼 수 있다. 또한, 웰빙과 웰니스의 환경에 대한 개념과 로하스의 환경에 대한 개념과도 차이점을 발견할 수 있다. 예를 들어 가족의 건강을 위하여 집안의 벽지를 친환경소재로 바꾸는 것은 웰빙이며, 자신의 신체적, 정신적, 정서적, 지적인 욕구를 충족하기 위해 개별적으로 노력하는 행동은 웰니스이다. 그러나 벽지의 원료가 재생이 가능한 것인지, 폐기할 때 환경과피 성분유무 등을 따지는 것은 로하스이다. 한편 선행연구에서 로하스와 친환경주의자의 환경에 대한 차이점은 다음과 같이 설명하고 있다. 최숙희(2010)는 친환경주의자는 자연주의 생활방식을 추구하는 이유로 대중적이지 못하다는 단점을 지녔지만 로하스는 대중적이지 못한 친환경주의자의 단점을 극복할 수 있는 대안이 될 것이라고 하였다. 권용주, 송홍규(2006)와 서동구(2008)는 로하스는 개인 중심적이라는 점에서 사회참여운동의 일환인 친환경주의자와도 차이가 있으며, 로하스는 친환경적인 개념에 건강이라는 가치가 더해진 개념이라고 하였다.

로하스의 환경에 대한 기본 개념은 인간은 자연 생태계를 구성하는 하나의 구성원으로 자신의 생존과 관련한 밀접한 환경파괴를 최소화하기 위해 노력하며

환경보존을 위해 무조건적인 규제나 제한에서 해결방안을 모색하는 것이 아니라 소비와 사용을 통해 환경을 보존하려는 실질적인 해결 방법으로서의 접근을 시도 한다.

(다) 사회정의

산업의 고도화는 인간에게 물질적 풍요를 가져다 준 반면, 정신적 여유와 안정을 빼앗아 갔다. 이는 사회 구성원들이 물질적 가치와 부를 중요하게 생각하고, 심지어 다른 사람에게 강요하는 구조적인 성격을 가지고 있기 때문이다. 이러한 부정적인 측면들을 극복하기 위해 이제는 어떻게 인간의 존엄성을 지키며 건강하게 살아가느냐 하는 것이 관심의 대상이 되었다(주현식, 정삼권, 2008).

전 세계적으로 진행된 산업화는 인류에게 생활수준의 비약적인 향상을 가져다 주었지만 이로 인해 환경이 오염되고 생태계 질서가 파괴되었으며 기존에는 존재하지 않았던 전염병이 출현하는 등 각종 피해가 뒤따랐다(김민서, 전양덕, 2007). 무리한 환경오염물질 사용으로 오존층이 파괴되어 가고, 심지어 공기와 물을 사서 마셔야 하는 상태에 이르게 되었다. 이는 자연환경이 나와 동떨어진 문제가 아님을 시사하는 것으로 제대로 먹고 제대로 사는 웰빙 뿐만 아니라 깨끗한 환경을 가꾸어야 한다는 것은 이제 당위가 아니라 현실이 됐다는 것을 의미한다. 로하스는 지금 살고 있는 우리를 위해 또한 앞으로 후손을 위해 지구 환경을 보호해야 하는 것을 기본 개념으로 한다(서동구, 2008).

로하스는 환경과 지속 가능성을 염두하고 소비를 하는 소비자를 겨냥하여 만들어진 용어이다. 로하스는 이미 존재하고 있는 소비 집단을 확인하고 그들을 위한 서비스나 상품을 판매하기 위해 만들어졌다. 경제의 중심이 생산에서 소비로 변화함에 따라 소비자들의 욕구를 충족시키기 위한 상품과 서비스가 개발되고 있으며 환경오염의 심화, 인구의 증가, 자원 고갈 등의 문제는 소비자들로 하여금 건강과 환경에 대한 관심을 고조시키고 이러한 환경문제 발생을 일으키는 다국적 기업에 저항하여 기업에 대한 사회적 책임을 요구하게 되었다. 이로 인해 기업들은 소비자의 요구에 부합하는 사회적 마케팅에 주목하였고 많은 사람들이 소비자들의 건강과 환경문제까지 고민하는 기업들에 대해 친근감을 느끼는 분위기가 확산되었다(서동구, 2008). 기업들은 창조적인 상품개발, 서비스 활동,

환경경영 및 사회공헌을 위해 지속적으로 노력하고 있으며(남미경, 2010), 로하스 시장의 확대는 기업 측면에서 윤리경영(Ethical Management)의 문제와 맞물리면서 기업의 이미지 제고, 매출확대, 나아가 생존과 연계된 긴박한 문제로 인식되고 있다(KOTRA해외조사팀, 2005).

이와 같은 기업의 사회적 책임의 확산은 사회 정의의 구현이라는 원칙적인 측면도 있지만 기업에 대한 사회적 책임을 요구하는 집단에 대한 기업브랜드의 강화라는 실용적인 이유가 크다고 할 수 있다.

세계화 및 정보화에 따른 시장 환경은 급격한 변화를 경험하고 있으며 미국에서 시작된 로하스가 우리나라에도 확산되고 있다. 국내에서도 최근 우리사회가 직면하고 있는 여러 가지 문제를 해결하기 위해서 환경과 지속가능성을 규제나 제약이 아닌 소비자를 통한 마케팅적 측면에서 해결하기 위한 방법으로 로하스에 대한 관심이 높아지고 있다. 로하스 가치관, 로하스 소비문화, 로하스 산업은 사회 정의의 실현을 위한 가치 지향적 경제 시스템으로 전환하기 위한 기초적 틀을 제공함으로써 실질적인 해결책을 제시할 것이다.

(라) 지속가능성



지속가능성이란 사회의 지속성으로 현시대에 사는 개인의 욕구가 미래세대를 침해하면서까지 충족되어서는 안 된다는 것이다. 이러한 개인의 욕구가 미래세대에도 현재의 세대와 동일한 수준의 자연환경에 대한 혜택 및 욕구를 누릴 수 있는 통제적 개발에 의한 전략적 패러다임의 적용으로 현존하는 자연환경과 문화유산을 잘 보존하고 유지하여 후손들에게 훼손 없이 물려줄 수 있는 형태를 말 한다(강규선, 2006).

지속가능성에 대한 개념은 20세기 중반 자연자원이 현 세대와 미래 세대의 혜택 또는 이익을 위하여 보호되어야 한다는 전제하에 시작되어 이 후 국내외의 여러 학자들과 기관들은 지속가능성에 대해 정의하였다. 지속가능성에 대한 주요개념은세대간(inter-generational)의 형평성(equity)과세대내(intra-generational)의 형평성(equity)이다. 세대간(inter-generational)의 형평성은 미래 세대에도 현 세대가 누리고 있는 환경적, 경제적, 사회적, 문화적 혜택을 물려줘야 한다는 것

을 의미하며 세대내(intra-generational)의 형평성이란 국가 간, 혹은 국가 내 사회 구성원 간의 소득의 공정한 분배, 자연자원에 대한 혜택에 대한 공평한 접근 등을 강조한다. 예를 들어 부를 가지고 있는 계층은 부를 획득하는 과정에서 환경적 오염을 유발했거나 저개발 국가에서 값싼 노동력을 이용하였기 때문에 획득한 부에 대해 일정 부분 사회에 환원해야 할 의무가 있으며 환경에 관해서도 모든 계층이 공평하게 깨끗한 공기나 물 등에 대한 혜택을 누려야 할 의무가 있다는 것을 의미한다. 또한 환경과 사회, 문화는 동시대를 포함한 미래세대까지 유기적으로 연결되어 있어서 국가 간, 혹은 국가내의 사회구성원들 모두에게 영향을 미치며 자신과 자기 가족만을 중시한 이기적인 행동은 결국 자신과 자기 가족에게 피해가 되돌아오기 때문에 최소한 현 상태를 유지하기 위한 노력을 해야 한다는 것이다.

Pearce(1998)는 지속가능성이란 생태계, 경제, 문화, 산업, 인종 등을 영구적으로 지속시키는 것이라 하였으며, Pezzey(1992)는 지속가능성이란 오늘날 우리가 향유하는 물질적, 환경적 복지의 수준을 가능한 많이 우리의 후손에게 물려주는 것이라고 정의하였다. 김정훈(2009)은 지속가능성의 개념을 자연과 문화 환경의 가치를 중시하는 환경가치 지향, 인간의 자연에 대한 장, 단기적 영향을 강조하는 미래지향성, 현재 개인과 그룹상호 간, 그리고 세대 간의 자원접근과 사회적 만족에 대한 형평성의 세 가지로 요약하였다.

로하스는 지속가능성을 실현하기 위해서 추가비용을 지불하고서라도 공정 무역 제품을 이용하거나 환경 친화적인 제품 구매를 통해 사회적 윤리등과 같은 인간의 보편적 가치를 반영하는 가치적 소비를 한다. 이상의 로하스의 구성과 관련된 선행연구를 정리하면 다음<표 II-4>와 같다.

<표 II-4> 로하스의 구성과 관련된 선행연구

구성 요소	내용	연구자
건강	자신의 건강뿐만 아니라 사회적 책임에 대한 관심이 높고 자기 계발, 공동체 의식을 갖는 소비층	Ray and Anderson (2000)
	사회전체의 건강과 행복을 추구하는 라이프스타일로 주관적이기 보다는 이타적인 개념	Steve and Gwynne(2005)
	자신과 가족 그리고 미래의 후손까지 건강한 삶을 영위	권용주, 송홍규(2006)
	지구의 보존과 심신을 모두 건강하게 하는 의식 있는 삶의 방법을 목표로 하는 것	박수민(2006)
	사회적 단위의 웰빙을 추구하는 정신적, 정서적 라이프스타일	권용주, 송홍규, 김지은(2007)
	자신의 건강뿐 아니라 후손의 건강까지 고려	주현식, 정삼권(2008)
	자신의 건강뿐 아니라 후손의 건강까지 고려하는 이타적인 동기로 시작	고정원, 이성림, 김민정(2010)
환경	지속가능한 환경, 사회정의, 자기발전과 지속가능한 삶에 가치를 둔 소비 집단	Natural Business Institute(2006)
	지구의 운명과 인류의 생명, 지속적인 발전을 위한 지구 자연 환경을 뜻하는 것으로 정신적, 정서적 라이프스타일이 강조되는 계몽적인 성격	박은경(2008)
	환경문제를 의식하고 개인의 욕구와 사회의 복지까지도 함께 고려	고정원, 이성림, 김민정(2010)
사회정의	지금 살고 있는 우리를 위해 또한 앞으로 후손을 위해 지구 환경을 보호해야 하는 것	서동구(2008)
	인간의 존엄성을 지키며 건강하게 살아가는 것	주현식, 정삼권(2008)
	창조적인 상품개발, 서비스 활동, 환경경영 및 사회 공헌을 위해 지속적으로 노력	남미경(2010)
지속가능성	오늘날 우리가 향유하는 물질적, 환경적 복지의 수준을 가능한 많이 우리의 후손에게 물려주는 것	Pezzey(1992)
	생태계, 경제, 문화, 산업, 인종 등을 영구적으로 지속시키는 것	Pearce(1998)
	현존하는 자연환경과 문화유산을 잘 보존하고 유지하여 후손들에게 훼손 없이 물려줄 수 있는 형태	강규선(2006)
	자연과 문화 환경의 가치, 인간의 자연에 대한 장, 단기적 영향, 그룹상호 간과 세대 간의 형평성을 중시	김정훈(2009)

2) 로하스 제품

로하스라는 명칭은 몇 년 전 특정한 유형의 소비자들에게 호소할 수 있는 상품이나 서비스 기회를 규정하기 위한 용어로 마케터들에 의해 고안되었다. 로하스제품은 친환경, 유기농 재배 농산물과 녹색 에너지를 활용한 생활용품, 대체의학의 활용과 환경 친화적 여행 상품에 이르기까지 광범위 하며 많은 부분에서 웰빙 산업의 상품들과 공통점을 갖고 있지만 녹색 에너지를 활용한 생활 용품의 예에서와 같이 직접적으로 건강관리와 관련이 있는 것은 아니지만 장기적으로 건강한 삶을 위해 꼭 필요하다고 생각되는 환경 친화적 상품들이 포함되는 면에서 로하스 산업과 웰빙 산업의 차이점을 구분할 수 있다.

1990년에 미국 펜실베이니아에 설립된 로하스관련 연구 컨설팅 단체인 내추럴마켓팅연구소는 로하스 관련 제품 및 서비스에 대하여 지속가능한 경제, 건강한 생활양식, 대체의료 및 자연의료, 환경을 생각하는 자기개발, 생태적 생활양식의 다섯 가지 분야로 구분하고 있다.



(1) 지속가능한 경제 제품(sustainable economy)

지속가능한 경제 제품은 로하스의 가장 중요한 개념인 사회의 지속가능성을 실현하기 위한 분야로 사회적 시스템과 인프라, 대체에너지, 건축, 도시계획, 사회적 책임투자 등의 금융시스템, 환경경영 등을 포함한다(고정원, 이성림, 김민정, 2010).

(2) 건강한 생활양식 제품(healthy lifestyle)

생활수준이 높아짐에 따라 건강에 대한 관심이 높아지면서 몸과 마음의 유기적인 건강을 추구하며 보다 나은 삶의 질을 높이려고 하는 라이프스타일은 건진하고 건강한 삶을 위한 소비 형태를 모색하는 경향으로 우리보다 앞선 선진국에서 관찰되는 일반적인 모습이다. 건강한 생활양식(healthy lifestyle)제품 중 친환경

경, 유기농 자연식품은 비교적 저렴한 비용으로 일반 소비자가 참여하기 쉽고 접근성도 좋기 때문에 건강한 생활양식 제품군에서 가장 큰 비중을 차지하고 있다.

친환경 상품 선택 시 고려사항은 유해물질 함유, 환경보호, 재활용 가능 여부와 쓰레기의 발생, 에너지 효율성, 내구성이나 안전성으로 조사되었다. 친환경 상품으로 연상되는 상품의 종류는 유기농산물, 재활용상품, 자연주의 상품, 정부가 공인하는 마크가 부착된 상품의 순이었다.

(3) 대체의료 및 자연의료(alternative medicine) 제품

대체의료 및 자연의료 제품은 대체의료와 관련된 서비스와 이를 배우기 위한 책과 교재, 교육 프로그램 등이 포함된다. 대체의료(alternative medicine)란 원래 미국에서 생긴 용어로, 유럽에서는 주로 보완의학이라는 용어가 사용되고, 우리나라에서는 자연의료라고 불리기도 한다. 미국이나 일본의 학회 등에서는 보완대체의료(CAM : Complementary and Alternative Medicine)라는 정식적인 명칭이 사용되기도 한다.

현대 서양의학을 대신하거나 보완하는 의료법을 총칭하는 대체의료는 로하스 시장을 차지하는 한 부문으로 그 규모에 있어서도 지속가능한 경제와 생태적 라이프스타일 부문 다음으로 크다. 대체의료는 로하스의 한 영역으로서 주목되는 것은 무엇보다 인간과 자연의 건강한 조화를 중시하는 측면 때문이라고 할 수 있다. 즉, 인간을 병원의 소비자처럼 다루는 현대의학의 불친절함과 질병에 대한 부분적, 사후적 접근방식으로 인한 각종 부작용 등의 한계를 벗어나 몸과 마음, 환경의 조화와 자연치유력의 증강을 통해 질병을 예방하고 치유하려는 점이 로하스의 발상과 같다.

(4) 자기개발 제품(personal development)

자기개발제품은 요가, 명상, 좌선 등의 심신향상을 위한 제품, 관련 교재와 세미나 등의 자기개발 관련 제품을 포함하는데 건강과 환경에 무관심한 사람들도 자기개발 프로그램을 통하여 소비에 참여한다.

(5) 생태적 생활양식 제품(ecological lifestyle)

생태계 보호를 위한 생태적 생활양식 제품에는 친환경 주거 및 생활용품, 재활용제품, 유기 및 재생 섬유제품과 생태여행 등이 포함 된다.

생태적으로 지속 가능한 환경상품은 여러 가지 차원의 생태적 가치를 포함하여야 한다. 지구의 친구들(Friends of Earth)이라는 국제적인 환경단체는 환경상품의 규정에서 자원절약, 에너지, 공해의 문제만이 아니라, 그것이 누구에 의해서 어떻게 생산되고 유통되었는가를 문제 삼고 있다.

3) 로하스 소비성향의 특징

로하스소비자는 상품구매에 집중된 웰빙소비자와 다르게 소비측면에서 다음과 같은 특성이 있다(송홍규, 2007).

첫째, 건강과 환경이 결합된 소비자들로 성숙된 웰빙을 지향하면서 환경과 사회적 이슈를 가격보다 우선시하는 추세가 확대되고 있다. 이는 미국의 경우 전체 로하스족의 80% 정도가 제품선택에 있어서 환경친화성을 가장 중요한 요건으로 꼽고 있으며 기업의 사회적 공헌(CSR)역시 중요한 요건으로 받아들이고 있다.

이들 중 50.5%가 환경 로하스제품을 구입하는데, 일반 동일 제품의 가격보다 20% 이상 더 지불할 용의가 있는 것으로 조사되었다는 점이다. 이러한 소비추세 및 생활패턴을 살펴보면 가격이 상대적으로 비싸더라도 보다 친 환경적인 제품을 선택하며 환경 보호에 적극적이고 재활용 가능 제품을 선호하고 재생 가능한 에너지 자원 및 대체 에너지 자원을 이용한 상품에 대한 관심이 높다. 또한, 개인, 가족보다 전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위하며 타성적 소비를 지양하고 지속 가능한 재료를 이용한 제품 선호하며 로하스 소비자의 가치를 존중하는 기업 제품에 대한 선호도가 점차 상승하고 있다. 로하스소비자들의 관심이 높아지고 있는 주요 품목으로는 에너지절약형 가전제품, 재생에너지, 유기농산물, 수소 자동차 등으로 보고되고 있다.

둘째, 공급측면에서 사회 생태학적 밸런스 와 인간 복지 지향 을 추구 하는 그린 마케팅 확산 과 기업 들의 사회 기여도 를 높 이기 위한 CSR(Corporate Social Responsibility) 프로그램 과 환경 관련 법 규 강화 에 따른 친환경 적 생산 설비 를 확보 하기 위한 지속 적인 투자 를 확대 한다 는 것 이다. 이를 위해 대체 원료 개발 과 폐기물 최소화 를 위한 기업 들의 독자 적인 프로그램 개발 을 촉진 시키고 있다.

셋째, 미국 의 일반 인 과 로하스 소비 자의 소비 심리 를 조사 한 결과, 일반 인 들은 지속 가능 한 기업 으 로 생산 된 제품 을 30%, 지구 환경 에 미칠 영향 을 고려 해 구매 를 결 정 하는 비율 은 29%, 그리고 지속 가능 성 을 고려 해 만든 제품 에 20% 를 지불 할 용 의 가 있는 비율 이 16% 정도 인 반면, 로하스 소비 자 들은 무려 각각, 73%, 79%, 51% 등 확 실 히 높 은 가치 를 가지 고 있는 것 으 로 조사 되 었다. 또한 주 식 투 자 자 들 도 로하스 기업 의 브랜드 와 주 식 을 더욱 선호 한다 고 보고 하 였다.

2. 로하스제품의 신념체계와 지각된 품질



1) 로하스제품의 행동적 신념체계

계획 행동 이론 을 적용 하여 로하스 제품 에 대한 구매 의도 의 영향 관계 를 조사 한 선행 연구 는 아직 까지 미미 한 실정 이다. 행동 에 대한 신념 체계 (Behavioral Beliefs) 는 특정 행동 이 기대 하는 결과 를 가져 올 것 이라는 믿음 과 행동 결과 가 얼마나 중요 하고 바람 직한 가에 대한 평가 로 결 정 되는데, 이는 사 람 들이 일 정 한 행 동 을 행 할 때 긍정 적인 결과 가 나타 날 것 이라고 판단 되 면 그 행동 에 대해 호 의 적인 태도 를 가지 게 되 며 특정 행동 에 대해 호 감 을 가지 면 가 질 수 록 그 행 동 을 하고자 하는 의도 는 점점 커 짐 을 의미 한다.

로하스 제품 에 대한 행동 적 신념 체계 는 내추럴 마케팅 연구 소(2000) 가 로하스 소비 자의 특 성 과 로하스 지 수 를 측정 하기 위한 보고서 의 12개 의 핵심 변수 중 특정 행동 의 결과 에 대한 개인 적 신념 에 해당 하는 내용 을 선택 한다. 먼저 로하스 소비 자의 로하스 제품 선택 에 있어 중요 한 개인 적 신념 요소 는 ‘건강 과 지속 가능 성’ 이다. 로하스 소비 자 나 일반 인 모두 상품 선택 시 중요 시 하는 상위 항목 3가 지 는

품질, 가격, 안전성이나 로하스 소비자는 개인적 신념에 따라 환경과 지속가능성, 생산자 및 공급자의 생각이나 태도, 등을 선택 시 중요시하는 항목에 포함하여 일반인의 개인적 신념과는 차이를 보인다. 일본 E-Square(2005)의 조사 결과에 따르면, 상품을 구입하거나 서비스의 이용 시 ‘건강과 지속가능성에 미치는 영향을 생각하면서 구입해야한다’는 의견에 대하여 ‘그렇다’로 응답한 비율이 일반인은 56.9%인 것에 비하여, 로하스 소비자는 86.8%로 높았다. 또한 로하스 소비자는 ‘생산 및 제조 방법이 인간과 지구의 지속가능성을 배려하는 제품을 그렇지 않은 것보다 우선적으로 구입 한다’, ‘환경배려형 상품과 그 장점을 가족과 친구에게 추천 한다’, ‘건강에 좋은 상품을 구입 한다’, ‘환경에 바람직한 지속가능성을 배려한 방법으로 만들어진 상품을 구입 한다’라는 응답이 많은 것으로 나타났다. 따라서 본 연구에서는 로하스의 12개의 핵심 변수 중 특정행동의 결과에 대한 개인적 신념에 해당하는 다음 여섯 가지(친환경적인 제품을 선택한다, 환경보호에 적극적이다, 타성적 소비를 지양하고 지속가능한 재료를 이용한 제품을 선호한다, 로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호한다, 전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위 한다, 재생 원료를 사용한 제품을 구매 한다)항목을 로하스제품에 대한 행동적 신념체계로 정한다. 행동에 대한태도는 행동을 직접 결정하지는 않으며 행동을 하기 바로 전에 행하게 되는 행동의도에 영향을 준다(박종희, 2007; 임윤정, 2008). 내추럴마케팅연구소(2000)가 로하스 소비자의 특성과 로하스 지수를 측정하기 위한 보고서의 12개의 핵심 변수는 다음 <표 II-5>와 같다.

<표 II-5> 로하스 소비자의 특성과 로하스 지수 측정을 위한 12개의 핵심 변수

구 분	내 용
환경적 측면	친환경적인 제품을 선택 한다
	환경보호에 적극적이다
	재생원료를 사용한 제품을 구매 한다
구매의사 및 홍보	지속가능성을 고려해 만든 제품에 20%의 추가비용을 지불할 용의가 있다
	주변에 친환경 제품의 기대효과를 적극 홍보 한다
	지구환경에 미칠 영향을 고려해 구매를 결정 한다
지속 가능성	재생 가능한 원료를 이용 한다
	타성적 소비를 지양하고 지속가능한 재료를 이용한 제품을 선호 한다
	전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위 한다
	지속가능한 기법으로 생산된 제품을 선호 한다
	지속가능한 농법으로 생산된 제품을 선호 한다
가치공유	로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호 한다

자료 : 내추럴마케팅연구소(2000), The LOHAS Consumer Trend Database Research, p. 3.

2) 로하스제품의 통제적 신념체계

통제 신념체계(Control Beliefs)는 통제신념(Control Beliefs : CB)과 통제요인의 영향력(Power of Control Factors)의 곱의 합($\sum CB*PC$)에 비례한다. 통제신념이란 특정 행동의 수행을 촉진하거나 방해하는 요소인 기술, 자원, 기회 등의 존재 여부에 대한 지각을 의미하고 통제요인의 영향력은 특정 행동의 수행에 있어 통제요소의 중요도를 의미한다. 최은정(2010)은 인지된 행동통제를 “개인의 통제력 결여, 방해물의 존재 등과 관련된 행동 수행력”이라고 정의하였다. 한수진(2009)은 지각된 통제를 “식후, 자기 전 칫솔질 실천에 대해 대상자가 지각하

는 어려움 또는 용이함의 정도”라고 정의하였고 박미진(2007)은 지각된 통제를 “사용할 물건을 구입하는 구매자의 행동에 있어서의 자원이나, 기술, 기회요소의 조절 가능한 정도에 대한 구매자 자신의 지각”으로 정의하였다. 한국로하스협회의 조사에 의하면 로하스 구매에 있어 일반인인 느끼는 장애요인으로, 건강에 좋은 로하스 상품 및 서비스를 선택하기에 ‘너무 비싸다’라는 응답이 가장 높았다. 반면 로하스 소비자는 ‘정보가 부족해서’, 또는 ‘기능과 효과가 별로이기 때문에’라고 답한 사람이 많았다. 또한 환경 친화적 상품과 서비스를 선택하기 어려운 이유로도 일반인은 ‘너무 비싸다’라는 대답이 가장 많았던 반면 로하스 소비자는 ‘세련된 감각의 제품이 없어서’, ‘기능과 효과가 별로이기 때문에’, ‘가까운 곳에서 판매하고 있지 않아서’등의 이유를 들고 있었다. 본 연구에서는 이러한 선행연구를 기반으로 로하스제품에 대한 통제 신념체계를 로하스의 12개의 핵심 변수 중 로하스 소비자가 로하스제품 구매 시 느끼는 장애요인에 해당하는 내용을 선별하여 가격 부분의 항목과 부합되는 ‘지속가능성을 고려해 만든 제품에 20%의 추가비용을 지불할 용의가 있다’의 항목과 정보 전달의 어려움으로 느끼는 ‘지속가능한 기법으로 생산된 제품을 선호 한다’, ‘재생 가능한 원료를 이용 한다’의 3개 항목을 선택 한다. 또한, 통제요인의 영향력은 김소영(2012)의 선행연구를 참조하여 우선적 구매의도의 여부로 하였다.

3) 로하스제품의 지각된 품질

지각된 품질은 특정 제품 또는 브랜드에 대하여 그 물리적 속성 등 객관적인 제품의 품질에 대하여 소비자가 느끼는 품질에 대한 인식 수준을 의미한다.

일반적으로 품질에 영향을 주는 내재적 정보단서와 외재적 단서가 종합적으로 고려되어 지각된 품질로 판단되는데, 이렇게 내재적 단서와 외재적 단서가 종합적으로 고려되는 이유는 소비자가 제품의 품질을 객관적으로 평가하기 어렵기 때문이다. 로하스제품의 지각된 품질이란 로하스제품이나 서비스의 전체적인 품질이나 우수성에 대한 소비자의 인식을 의미한다. 유소이, 윤하영(2009)은 녹색, 친환경 식품에 있어 지각된 품질은 소비자의 선호와 구매의도를 결정하는 주요 요인임을 조사 하였고, Anderson(1984)은 지각된 품질을 제품 본연의 객관적

(objective), 실제적(actual), 기술적인 품질(technical quality)과는 다른 것이라 주장하였으며 지각된 품질이 실제적인 품질보다 더 중요하다고 하였다.

또한 객관적 품질과 주관적 품질간의 차이를 기계적 품질(mechanistic quality)과 인간적 품질(humanistic quality) 간의 차이라고 주장하며, 객관적 품질은 제품의 기술적 우월함이나 탁월함을 설명하기 위해 사용하는 용어로 인식하고 지각된 품질과는 구별되는 다른 개념으로 보았다. 지각된 품질은 태도와 유사한 개념으로 만족보다는 지속적이고 장기적인 상태에서 대상에 대한 전반적인 판단이며 시간이 지남에 따라 변화가 가능한 누적적이며 동적인 구성개념이라 하였다. Kotler(1994)도 제품 품질을 제품 자체의 물리적 속성이나 기능과 관련된 객관적 품질(objective quality)과 개인의 지각과 관련된 주관적 품질(subjective quality)로 구분, 일반 소비자는 제품의 객관적인 품질을 정확하게 평가할 능력이 없는 경우가 많아 주관적으로 지각하는대로 제품을 평가하고 태도를 형성하므로 주관적 품질, 즉 지각된 품질이 마케팅에서 더욱 중요하다고 하였다. Bansal and Taylor(2004)는 지각된 품질은 소비자의 태도를 거쳐 행동의도에 영향을 미치는 중요한 구성요소임을 밝히고 있다. 본 연구에서도 로하스제품의 지각된 품질을 로하스제품에 대한 로하스 소비자의 태도를 매개로 이들의 구매의도에 간접적인 영향을 미치는 구성요소로 추가하였다.

3. 계획행동이론

1) 계획행동이론의 개념

계획행동이론(TPB : Theory of Planned Behavior)은 개인의 다양한 행동을 예측하기 위해서 개인이 행동을 결정하는 요인을 개념화하고, 측정하고, 확인하기 위해서 행동에 대한 태도(Attitude toward the Behavior)와 주관적 규범(Subjective Norm) 및 자신이 그 행동을 수행할 수 있는 기회와 행동수행에 필요한 자원을 가진 경우를 나타내는 지각된 통제(Perceived Behavioral Control)를 변수로 하여 의도(Intention)와 행동(Behavior)과의 관계를 도식화 하였다.

계획행동이론은 소비자의 구매행동을 예측하기 위한 Fishbein(1963)의 다속성 태도 모델(multi attribute attitude model)과 합리적 행동 이론을 기반으로 한다.

다속성 태도 모형은 태도 형성 요소 중 인지적 구성 요소를 토대로 만들어진 모델이다. 이 모델은 태도에 대한 이성적 행위 모형에서 행위에 대한 통제력을 추가하여 태도와 행동의 연결성을 높인 계획된 행동 이론(theory of planned behavior)의 기반이 되었다. 이들의 주장을 보면, 사람들은 행동을 하기 전에 인지적 사고에 의해 행동의 결과를 미리 생각해 본다는 것이다. 즉, 우리의 행동 중에서 어떤 것은 결과를 성취하기 위해 미리 계획되므로, 어떤 상황에서 타인의 의도를 알아차릴 수 있다면 그 사람의 행동을 예측할 수 있다는 것이다(홍성열, 2004). 다속성 태도 모델은 이러한 인지 과정에 근거하여 소비자가 고 관여 상황에서 광고 메시지를 처리하는 상황에서, 광고에서 제시된 정보를 꼼꼼히 처리하여 제품 속성에 대한 신념을 형성하고 이를 토대로 긍정적 또는 부정적 태도를 형성하며, 태도를 바탕으로 구매 의도를 형성하는 일련의 과정을 거칠 것으로 가정한다. 신념과 태도 형성 간의 관계를 고 관여 관점에서 설명하는 모델은 많이 등장했는데 특히, 사회 심리학자 Fishbein(1963)이 제안한 모형이 가장 많은 관심을 받았다(김재휘, 2009).

다속성 태도 모델은 크게 대상 태도 모델과 행동 태도 모델로 나누어지며 대상 태도 모델은 Fishbein(1963) 모델의 기본 형태로서 제품이나 특정 상표에 관한 태도 형성을 파악하는 데 적합하다. 반면, 행동 태도 모델은 대상과 관련 있는 행위에 대한 개인의 태도를 내타내며, 대상 태도 모델보다는 실제 행동에 더 밀접히 관련되는 것 같다. 즉, 구매하려는 행위에 관한 소비자의 태도(행동 태도)를 아는 것이 소비자의 태도(대상 태도)를 아는 것보다 잠정적인 구매행위를 더 잘 예측할 수 있을 것이며 잠정적인 구매행위를 예측하는 데 더 적합할 수 있다.

Fishbein(1963)의 다속성 태도 모델은 특정 제품의 디자인, 가격, 성능 등과 같은 속성에 대한 신념을 바탕으로 소비자는 그 제품에 대한 긍정적이거나 부정적인 태도를 형성하게 되며 특정 제품에 대한 소비자의 태도(Attitude toward an object)를 변경하기 위해서는 속성에 대한 소비자의 신념(Belief)을 변경시키거나, 각 속성의 중요도에 대한 소비자의 평가(Evaluation)를 변경시키는 전략을 사용

할 수 있으나 태도와 행동 간의 일관성에 영향을 미치는 요인이 너무 많기 때문에 다속성 태도모델은 구매행동을 예측하는 데에는 크게 기여하지 못한다는 문제점을 가지고 있다(김종의, 석유미, 2004).

이러한 이유로 Fishbein and Ajzen(1975)은 다속성 태도모델을 수정, 확장하여 전통적인 소비자행동 모델에서 취급하지 않았던 구매의도라는 개념을 통하여 소비자의 구매 행동을 예측하는 확장 모델인 합리적 행동 이론(TRA : Theory of Reasoned Action)을 제안하였다. 합리적 행동 이론은 이성적이며, 사용가능한 정보를 체계적으로 사용하고 행위에 대한 개인의 의도가 그 행위의 직접적인 결정 요인이라는 가정 하에, 개인의 행동(Behavior)은 행동적 의도(Behavioral Intention)에 의해서 결정되며, 행동적 의도는 개인의 행동에 대한 태도(Attitudes toward the behavior)와 주관적 규범(Subjective Norm)에 의해서 결정된다고 보는 이론이다. 즉, 소비자가 어떤 행동의 수행 여부를 결정하기 전에, 그 제품 구매에 대한 자신의 태도와 같은 개인적인 요인과 함께 주변인들의 평가와 같은 사회적인 요인에 대한 합리적인 사고 과정을 선행한다고 주장하면서, 사람의 특정 행동은 그가 그 행동을 수행하려는 의도에 의해 결정되고, 행동을 예측하는 변수로서 특정 제품에 대한 태도가 아닌 특정 행동에 대한 본인의 태도와 함께 준거집단의 주관적 규범을 고려하여야 한다고 주장했다. 또한 특정 행동에 대한 본인의 태도는 행동에 따른 결과들에 대한 신념과 결과들에 대한 평가로 이루어졌으며, 주관적 규범은 준거인 들의 규범적 신념과 그 준거인에 순응하려는 동기의 정도로 구성된다.

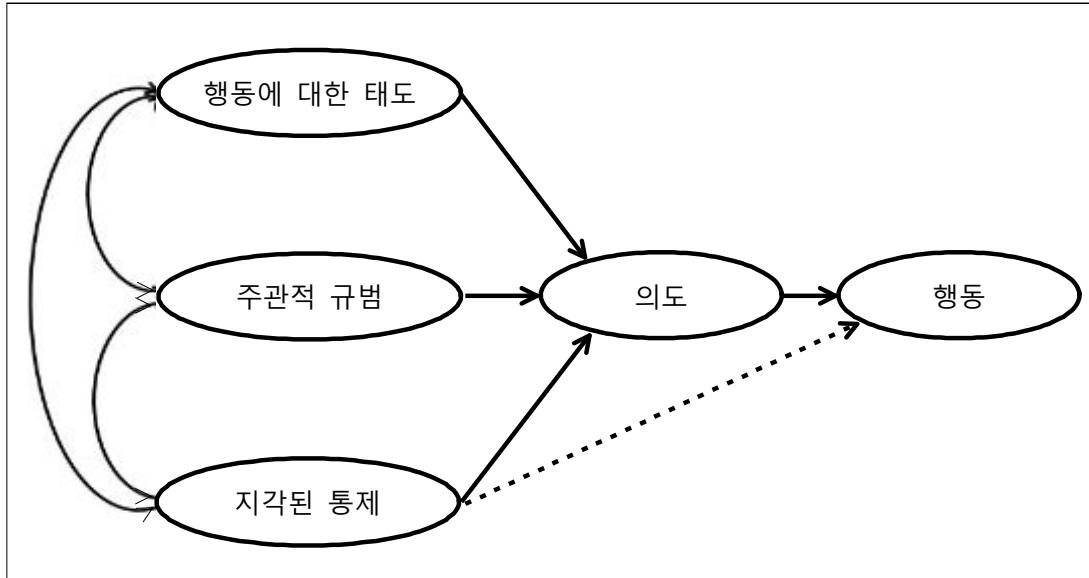
합리적 행동 이론에서는 개인이 자신의 행동 중 상당부분을 통제할 수 있다는 것을 전제하고 있다(Fishbein and Ajzen, 1975). 그러나 실제 현실 상황에서는 개인이 자신의 행동을 완전히 통제하지 못하는 경우도 빈번히 발생하며(Johnston and White, 2003), 개인행동의 상당부분은 합리적 행동 이론의 두 가지 설명 요인인 행동에 대한 태도와 주관적 규범만으로 설명되지 않는다. 예를 들어 에어컨 구매를 긍정적으로 생각하고, 주위 사람들도 이를 지지 하였지만, 점포에 가보니 품절로 에어컨을 구매하지 못하는 상황은 합리적 행동 이론으로 설명할 수 없는 것이다(김완석, 이성수, 2004). 이와 같이 어떤 행동들은 기회나 자원, 또는 시간, 금전 등의 능력을 필요로 하지만, 이런 것들을 완전히 자발적으로

로 통제되지 못할 수 있다는 것이다(Kutner, 2002). 이러한 이유 때문에 합리적 행동 이론은 실제 의도를 예측 하는 데에 한계가 발생할 수 있다. 따라서 불완전한 통제 하에 있는 행동을 예측할 때 통제 관련 요소가 고려되어야 하며, 행동수행을 위해서는 그 행동을 수행하려는 개인의 동기와 성공적인 수행을 위한 능력에 관한 고려가 필요하게 된 것이다. 이러한 문제를 고려하여 Ajzen(1991)은 <그림 II-1>과 같이 합리적 행동 이론의 구성요소에 지각된 통제(Perceived Behavioral Control)라는 변수를 삽입한 계획행동이론(TPB : Theory of Planned Behavior)을 제안하였다.

계획행동이론에서 인간은 행동에 대한 의사결정을 하는데 있어 주어진 정보를 합리적이고 체계적으로 사용하며 분석을 통하여 자신에게 보다 더 긍정적인 결과를 가져오리라 기대되는 대안을 선택하는 효용 극대화의 주체로 설명된다(Ajzen, 1991). 계획행동이론 모델에서는 행동에 대한 태도와 주관적 규범, 지각된 통제가 의도의 구성요소며 특히, 지각된 통제는 의도뿐 아니라 행동(Behavior)에도 각각 직접적인 영향을 미친다는 가정을 전제로 하고 있다(Ajzen, 1991; Lam and Hsu, 2006). 다양한 인간행동의 연구 중 계획행동이론은 전반적으로 의도나 행동을 예측하는 것으로 나타났지만(박미진, 2007), 일반적으로 계획행동이론은 행동보다는 의도를 예측하는데 더 유용하다고 알려져 있다(Sheeran, 2002).

특히 계획행동이론은 인간의 환경 친화적 행동을 효과적으로 설명할 수 있다는 사실이 여러 선행연구를 통하여 입증되어 왔다(Bamberg and Schmidt, 2003; Clark and Haworth, J. T., 1994; Hulland, et al., 1996; Heath and Gifford, 2002; Mannetti, Pierro and Livi, 2004). 계획행동이론은 동기적 요소와 비동기적 요소를 모두 고려하였기 때문에 체계적, 효과적 모델이라고 할 수 있는데, 여기서 동기적 요소는 태도와 주관적 규범을 의미하고, 비동기적 요소는 특정한 자원에 대한 기회, 기술, 시간 등의 지각된 통제력을 의미한다(최동성, 2003). 일반적으로 태도와 주관적 규범이 클수록 지각된 통제력도 커지고 의도 또한 강해진다(이준엽, 안태기, 2008).

<그림 II-1> 계획행동이론(TPB : Theory of Planned Behavior)



자료출처 : Ajzen, I.(1991), The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, p. 50.

2) 계획행동이론의 구성요소



계획 행동이론에서는 행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 통제의 구성요소가 인간의 의도에 영향을 미친다고 하였다(Ajzen, 1991). 그리고 Conner and Armitage(1998), Etzioni(2000), Kaiser and Scheuthle(2003)는 윤리적 규범이 개인의 행동에 영향을 미치는 중요한 요인임을 주장하였고 Rivis and Sheeran, (2003), Lapinski and Rimal(2005), Park and Smith(2007)는 기술적 규범 또한 개인의 행동에 영향을 미치는 중요한 요인임을 주장하였다. 또한 김소영(2012)은 행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 통제, 윤리적 규범을 요인으로 고려하였다. 이에 따라 본 연구에서는 계획행동이론의 구성요소를 행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 통제, 윤리적 규범, 기술적 규범을 중심으로 구성하였다.

(1) 행동에 대한 태도

태도는 어떤 대상, 사람, 상황에 대한 상대적으로 지속적인 감정이나 마음의

경향을 의미하는 것으로 긍정적이거나 부정적인 평가적 측면을 포함하는 신념의 집합이다. 태도는 지금까지 소비자 행동 연구자들에게 가장 큰 관심이 대상이 되었던 연구 개념이다(Allen, Machleit and Kleine, 1992). 그 이유는 태도가 소비자 행동에 영향을 미치는 가장 주된 변수로 받아들여지기 때문이다(이학식, 임지훈, 1998). 따라서 행동에 대한 태도란 사람이나 사물 등 어떤 대상에 대해 일관성을 가지고 호의적이거나 비호의적인 반응을 보이는 학습된 경향으로서(박시한, 한미정, 2007), 행동에 대한 전반적인 평가를 의미한다(한덕웅, 이민규, 2001; Sparks, 2007). Fishbein and Ajzen(1975)이 구매의도를 측정하기 위해 합리적 행동 이론에서 대상에 대한 태도가 아닌 행동에 대한 태도요인을 제안한 이후, 행동에 대한 태도요인은 구매의도의 영향요인으로 거의 대부분의 모델에서 직접 또는 변형되어 사용되었다. 태도는 일반적인 연구에서 주로 사물에 대한 태도 즉, 인지적 태도와 감정적 태도로 구분되지만, 계획행동이론에서의 태도는 행동에 대한 호의적 또는 비호의적 평가로 이루어졌다는 것이 특징이다(Tonglet, Philips and Read, 2004). 계획행동이론에서의 태도는 항상 어떤 특정 태도를 의미한다(오종철, 2007). 따라서 사람들의 태도를 보고 이후 행동의 일반적 경향을 예측할 수 있기 때문에 일반적 평가로 인간 행동을 설명할 수 있는 것이다(Ajzen and Fishbein, 2000).

행동에 대한 태도는 신념체계에 의해 결정되는데, 이는 특정행동의 결과에 대한 개인적 신념(BB)과 행동 결과의 중요도에 대한 평가(Outcome Evaluation : OE)의 곱의 합($\sum BB*OE$)에 비례한다. 따라서 사람들은 일정한 행동을 행할 때 긍정적인 결과가 나타날 것이라고 판단되면 그 행동에 대해 호의적인 태도를 가지게 되며 특정 행동에 대해 호감을 가지면 가질수록 그 행동을 하고자 하는 의도는 점점 커짐을 의미한다. 행동에 대한 태도는 행동을 직접 결정하지는 않으며 행동을 하기 바로 전에 행하게 되는 의도에 영향을 준다(박종희, 2006; 임윤정, 2008).

(2) 주관적 규범

주관적 규범은 내가 중요하게 여기는 대부분의 사람들이 내가 특정 행위를 수

행해야 한다고 생각하거나 또는 수행하지 않아야 한다고 생각하는 것에 대한 개인의 지각을 의미한다(Fishbein, 1963). 또한 내 주변에 영향력 있는 집단이 특정 행동에 대해 어떤 의견을 가지고 있는지를 의미한다(오종철, 2007). 즉, 주관적 규범은 규범적 신념인 준거집단이 자신의 행동을 승인하거나 승인하지 않을 것이라는 개인의 신념에 기초한다. 일반적으로 자신에게 중요한 대부분의 준거인들이 자신의 행동을 승인해 줄 것이라고 생각하는 사람들은 행동을 촉진시키는 주관적 규범을 지니게 되며, 대부분의 준거인들이 행동을 반대할 것이라고 믿는 사람들은 그 행동을 회피하도록 하는 주관적 규범을 지니게 된다. 태도가 개인적인 영향요인이라면 주관적 규범은 사회적 영향요인이다. 따라서 주관적 규범은 사회적 영향 또는 사회적 압력이란 표현으로 이용되기도 한다(Yoh,1999). 주관적 규범은 개인이 어떠한 행동을 취하려고 할 때, 주변인물의 기대에 대한 신념과 주변인물의 기대에 순종하려는 동기로 구성되어 있다(황금철, 2006). 주관적 규범이 형성되는 행동의 경우는 두 가지가 있다. 첫째, 준거집단이 무엇을 해야 한다는 가 하지 말아야 한다는 생각을 개인에게 직접 이야기하고 그것을 개인이 받아들이는 경우 혹은 받아들이지 않는 경우이다. 둘째, 개인이 어떤 일이나 사건을 통해서 준거인 또는 준거집단의 기대를 추정할 수 있는 정보를 받아들이는 경우 등이다(이동수, 2005). 반면, Armitage and Conner(2001)의 연구에서 주관적 규범과 의도간의 상관관계는 태도와 의도 간이나 지각된 통제와 의도간의 관계보다 훨씬 유의미하게 약한 것으로 나타났고 손영곤과 이병관(2012)의 연구에서도 Armitage와 Conner(2001)의 메타분석 결과와 마찬가지로 주관적 규범의 영향이 가장 낮은 것으로 나타났으며 2011년까지 우리나라 주요 학술지에 게재된 계획 행동이론에 관한 연구들을 대상으로 메타분석을 실시한 결과 주관적 규범은 행동의도를 설명하는데 있어 가장 낮은 영향력을 행사하고 있었다(조재형, 2014). Park and Smith(2007)의 연구에서는 주관적 규범이 장기기증과 관련한 행동의도에서 예측변인으로써 뿐 아니라 조절 변인으로 적용하고 있음을 보여주고 있다.

(3) 지각된 통제

지각된 통제란 개인이 특정 행동을 하는 경우에 있어서 해당 행동을 수행하는

것이 행위자의 자발적인 통제의 범위를 벗어나 매우 어렵거나(방해요소) 쉽게(촉진요소) 작용되는 요인들에 대한 개인의 지각을 말하며, 과거의 행동경험에 의하여 영향을 받기도 하지만, 주로 행동의 어려움을 증가 또는 감소시키는 요인에 의한 이차적 정보에 의하여 주로 영향을 받기도하고 많은 자원과 기회가 제공되는 사람들일수록 행동수행에 장애가 적으며, 행동을 통제할 수 있다는 지각이 높다고 할 수 있다.

이동수(2005)는 지각된 통제가 행동 예측에 있어서 다음과 같이 세 가지 역할을 한다고 하였다. 첫째, 지각된 통제는 의도에 대해 동기적의미를 지닌다. 즉, 어떤 행동을 수행할 자원과 기회가 부족하다고 생각하는 사람은 설사 그 행동에 대해 호의적인 태도를 지니고 있고 타인들이 그 행동의 수행을 지지해 준다고 인식할지라도 그 행동에 대한 의도를 형성하지 않을 수 있다. 이 경우, 지각된 통제는 의도를 통하여 행동에 대해 간접적인 영향을 주게 된다. 둘째, 지각된 통제는 행동에 대해 직접적인 영향을 준다. 즉, 지각된 통제가 어느 정도 정확성으로 실제 통제력을 반영해 준다면 의도와는 독립적으로 행동수행을 예측하는데 도움을 줄 수 있다. 셋째, 지각된 통제는 의도와 상호작용하며 매개적인 역할을 한다. 즉, 행동이 발생하기 위해선 행동을 수행하고자 하는 의도와 그 행동의 수행이 자신의 통제 하에 있다는 신념 모두가 필요하다. 결국 지각된 통제는 행동 유발에 직, 간접적인 영향을 준다. 지각된 통제는 통제 신념체계에 의해 결정되는데 이는 통제신념(CB)과 통제요인의 영향력(Power of Control Factors)의 곱의 합($\sum CB*PC$)에 비례한다.

(4) 로하스제품의 윤리적 규범

로하스제품의 윤리적 규범은 인간의 이타적 행동을 이끄는 도덕적 책임감 및 의무감을 의미한다(Schwartz and Tessler, 1972). 녹색, 친환경, 지속가능성과 관련된 행동이 일부 개인의 도덕적 의사결정에 의해 영향을 받는다는 사실은 설득력을 가질 뿐만 아니라 환경 친화적 행동을 설명하는데 성공적으로 적용되어 왔다(Hulland et al., 1996). 윤리적 규범은 특정한 상황에서 행동을 할 때 도덕적으로 옳고 그름에 대한 개인적인 신념과 관련이 있다. 계획행동이론은 소비자의 구

매 행동을 예측하기 위해서 성공적으로 기여하였으나 윤리적 규범 측면을 고려하지 못했다는 비판을 받았다(Armitage and Conner, 2001).

Ajzen(1991)은 계획행동이론의 기본모형에 다른 잠재요인을 추가하여 이론을 확장, 발전하는 것에 긍정적이었으며 Kaiser and Scheuthle(2003) 등은 모형을 확장하여 설명력을 높이기 위한 연구를 하였다. Etzioni(2000)는 윤리적 규범이 개인의 행동에 영향을 미치는 중요한 요인임을 주장하였고 Conner and Armitage(1998)는 윤리적 규범을 계획행동이론과 함께 설명하는 것이 적절하다고 주장한다. Sparks and Shepherd(2002)의 연구에서도 윤리적 규범이 계획행동이론의 종속요인인 의도에 독립적인 영향을 미치는 중요한 구성요소임을 밝히고 있다. 노지숙(2012)은 계획행동이론을 적용하여 규범, 지각된 통제, 의도와 윤리적 규범이 유의한 관계임을 규명하여 보호 장구 착용률을 높이기 위해서는 이러한 사회 인지적 요인들이 고려되어야 할 것을 주장하였다.

(5) 로하스제품의 기술적 규범

사회규범접근론에서는 규범을 기술적 규범과 지시적 규범의 두 가지 타입으로 구분하고 있다(Berkowitz, 1997; Perkins, 2003; Perkins and Berkowitz, 1986).

계획행동이론에서는 주관적 규범을 지시적 규범과 동일시하며 기술적 규범이란 상대방이나 상대방의 가치에 대해 의견을 나누는 사람들에게 중요한 행동의 대중성으로 간주되는 개인적 신념으로 정의한다(Lapinski and Rimal, 2005; Ravis and Sheeran, 2003). 기술적 규범은 나에게 중요한 사람들이 그들이 해야 한다고 생각하는 것을 말한다(Park and Smith, 2007).

Park and Smith(2007)는 Human Communication Research를 통하여 계획행동이론에서 개인들의 의도에 영향을 주는 하나의 규범으로써 주관적 규범이 포함되어 있지만 다른 종류의 규범적 영향력들 또한 행동에 영향을 미칠 수 있다는 점을 밝히고 있다. 이는 규범의 다른 유형이 다른 행동에 걸쳐 균일한지 아니면 다양한 효과를 가지고 있는지 확인할 필요가 있으며 개인들의 의도에 영향을 미치는 다양한 규범들의 측면들이 고려되어야 한다는 것이다. Rah, Hasler, Painter, and Chapman Novakofsky(2004)의 식습관에 관한 연구, Hausenblas

and Downs(2004)의 운동에 관한 연구, McMillan, Higgins, and Connor(2005)의 흡연과 음주에 관한 연구 등 사회규범이 행동이나 의도에 미치는 영향에 대한 연구들은 계획행동이론이나 사회규범접근론(social norms approach)을 통하여 다양하게 이루어 졌다. 이런 다양한 연구는 주관적 규범, 기술적 규범이 개별적으로 또는 부분 조합 안에서 의미 있는 분산을 이루고 있음을 증명한다.

Godin and Kok(1996), Armitage and Conner(2001)의 메타분석 결과는 태도가 의도를 예측하는데 주관적 규범보다 더 훌륭하고 강력한 영향을 나타내고 있으나 이러한 계획행동이론의 규범적 차원을 보완하기 위해서 많은 연구가 진행되어 왔고 Paek, Oh, and Hove(2012)는 규범은 나에게 중요한 사람의 영향이 크기 때문에 적어도 2개 이상의 다른 규범과 비교가 필요하며 때로는 규범이 태도보다 더 중요할 수 있음을 밝히고 있다. Rivis and Sheeran(2001)의 연구에서는 기술적 규범과 의도는 0.7의 높은 상관관계가 있음을 증명하였고 김민수, 한진욱(2012)은 라이선싱 스포츠용품의 구매의도에 관한 연구에서 기술적 규범은 모두 제품 구매의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혔다. 따라서 기술적 규범은 개인적이거나 사회적인 다양한 성격의 규범 영역을 담을 수 있으며 다양한 영역에서 의도나 행동을 예측하는데 유용한 변인이 될 수 있다. 본 연구에서도 로하스제품의 기술적 규범을 로하스제품에 대한 로하스 구매의도에 직접적인 영향을 미치는 구성요소로 추가하였다.

3) 계획행동이론 선행연구

Robinson and Smith(2002)는 계획행동이론을 적용하여 지속가능한 방법으로 생산된 식품 구매 의도에 미치는 영향을 분석하였으며 Han, Hsu, and Sheu(2010)는 그린호텔을 이용하는 소비자의 의사결정 과정을 파악하기 위한 연구에서 계획적 행동이론이 합리적 행동이론보다 더욱 우수한 설명력을 가짐을 증명하였다.

고대영(2012)은 계획행동이론을 적용하여 외식 소비자가 레스토랑에서 웰빙 행동에 대한 태도에 따라 건강메뉴를 구매하려는 의도, 주관적 규범에 의한 구매의도, 개인의 통제 범위에 있지 않는 다른 요인 즉 지각된 통제에 의한 구매의

도, 그리고 과거의 건강메뉴 이용 경험이 구매의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 외식소비자의 행동을 결정하는 주요 요인들 간의 구조관계를 분석하였다.

이성일(2011)은 중국관광객 방한하는 경우 현재 반드시 득해야 하는 사증과 관련하여 이들 사증의 발급이 면제 또는 유예되는 무사증제도가 도입될 경우, 이러한 조치가 방한을 앞둔 중국인 잠재관광객들의 방한 의도에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보기 위해, 개인의 의사결정과정을 다룬 Aizen(1991)의 계획행동이론을 이용하여 그 영향관계를 규명하였다. 즉, 중국인 관광객의 한국방문에 대한 의사결정에 있어, 구성요소인 태도, 규범, 행동 통제 그리고 추가된 무사증 기대요인 모두가 각각 방문의도에 영향을 미치는지를 살펴보았고 특히, 한국방문 유경험집단과 무경험집단 사이에 있어서의 선행요인들과 방문의도에 유의한 차이가 있는지에 대하여도 추가적으로 살펴보았다. 연구결과는 태도, 주관적 규범, 인지된 통제 등은 무사증기대와 방문의도에 유의한 영향을 미치는 것을 입증하였다.

김정자(2007)는 계획적 행동이론에 의거하여 실버타운 잠재 고객의 구매의도의 결정요인을 규명하였다. 특히 한국의 문화상황에 맞게 계획적 행동이론의 주관적 규범을 체면의식과 집단동조의식으로 대체하고, 관여도와 제품지식을 선행요인으로 한 확장된 연구모형을 개발하였고 관여도와 제품지식, 대상에 대한 태도, 행동에 대한 태도, 행동통제, 가격인식과 가용자원, 체면의식과 집단동조의식, 구매의도간의 관계를 기초로 연구를 하였다. 최영정(2010)은 계획 행동이론 모형의 틀 안에서 관광객의 경제, 환경, 사회, 문화적 책임관광에 대한 이론적 모형을 제시하고 제시된 모형이 관광객들의 경제, 환경, 사회, 문화적 책임관광에 대한 태도 및 행동의도의 관계를 나타내는 모형으로 적합한지 검증하였다. 이를 통해 관광객이 관광을 할 때 경제적, 환경적, 사회적, 문화적 책임관광 활동과 관련하여 각각 구체적으로 어떠한 신념과 속성을 지니고 있으며, 그 영향력의 수준에 대하여 연구해 보았다.

Godin et al.(2008)은 비만인들을 대상으로 레저시간에 있어서 비만인의 운동에 대한 예측의 연구를 통해 태도, 주관적 규범, 인지된 통제, 후회감이 행동의도에 미치는 영향에 대하여 연구를 하였으며 연구결과, 인지된 통제, 후회감, 과거경험과 관련된 가설은 통계적으로 모두 유의($p < 0.05$)하게 나타났다.

임윤정(2008)은 한류 문화콘텐츠(드라마, 음반)를 이용하는 외래 관광객들(일본, 중국)의 소비 의도와 행동에 영향을 미치는 속성이 무엇인지 계획된 행동이론을 이용하여 분석하였다.

김동주(2002)는 온라인 쇼핑몰에서 여행상품을 구매하기 위한 정보탐색에 영향을 주는 요인에 대한 규명을 위하여 최근 1년 내 온라인상에서 여행상품을 구매하기 위한 정보탐색의 경험이 있는 사람을 대상으로 계획행동이론을 적용하여 연구를 실시하였다. 정보탐색의 양을 측정하기 위하여 정보탐색노력을 내생변수로 설정하고 온라인 쇼핑몰의 태도, 주관적 규범, 지각된 통제에 영향을 미치는 영향력을 규명하였으며 분석결과 인터넷 사용에 대한 사람들의 지각에 따른 정보탐색노력 즉, 지각된 통제가 가장 큰 영향을 주는 결과를 보인 것과 달리 주관적 규범에 대해서는 영향력이 증명되지 못했다. 또한, 온라인 쇼핑몰에서 여행상품을 구매하려는 의도를 설명하는데 있어서는 세 변수 모두 긍정적인 영향을 미치고 있었으며, 특히 지각된 통제가 제일 큰 설명력을 보이며 직접적인 구매행동으로까지 연결될 수 있다는 시사점을 제시하였다.

최자영, 김경자(2003)는 전국의 네티즌 남녀성인 273명을 대상으로 온라인쇼핑에 대한 소비자 의도를 분석하는 연구를 실시하였으며, 계획행동이론 모델이 소비자의 온라인 쇼핑 의도를 설명하는데 적합한 모델임을 입증하였다. 또한, 태도, 주관적 규범, 지각된 통제 모두가 소비자들의 쇼핑 의도에 유의미한 역할을 하는 것으로 나타났다.

Lam and Hsu(2006)는 홍콩 경유의 대만인 환승 관광객을 대상으로 중국방문에 영향을 미치는 태도, 주관적 규범, 행동통제와 태도, 사회적 규범, 인지된 통제 간의 영향관계, 그리고 과거 경험과, 태도, 사회적 규범, 인지된 통제가 의도에 미치는 변수간의 상호관계를 연구하였다. 연구결과는 첫째, 태도, 신념, 지각된 통제 등 변수들 모두가 응답자의 홍콩방문 여행의도를 설명하는 데 있어 유의함을 규명하였다. 둘째, 중국인 관광객의 홍콩방문의도에 대도시에 대한 경험추구와 관광 및 쇼핑이 가장 큰 상관관계를 갖는다는 점을 규명하였다.

김은희(2007)는 계획행동이론을 적용하여 소비자들의 재활용 형태를 결정하는 주요 영향요인과 이를 통한 재활용 형태를 예측해 보는 연구를 실시하였다. 또한 제안모형과 경쟁모형을 비교, 분석함으로써 재활용 형태에 대한 심층적인 이해를

하고자 하였다. 과거 재활용 경험은 태도, 주관적 규범, 지각된 통제에는 영향을 미치지 않았으나, 태도, 주관적 규범은 행동의도를 매개하여 재활용 행동에 영향을 보였으며, 지각된 통제는 행동의도를 매개하여 재활용 행동에 미치는 영향보다 행동으로의 직접적인 영향력이 더 크다는 결과를 도출하였다. 또한, 의도와 행동 사이에 높은 설명력을 보여줬으며 개인의 내적동기 및 신념 등의 재활용 실천의도 형성이 재활용 실천 여부에 가장 큰 영향력을 미친다는 것을 알 수 있었다. 김소영(2012)은 계획행동을 적용하여 소비자와 공급자 관점에서 본 지속가능한 급식 연구를 하였고 행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 통제, 윤리적 규범을 요인으로 하여 윤리적 소비에 있어 도덕적 동기의 중요성을 확인하였다. 이상의 내용을 정리하면 다음 <표 II-6>과 같다.



<표 II-6> 계획행동이론의 선행연구

연구자	연구내용
Robinson and Smith (2002)	지속가능한 방법으로 생산된 식품 구매 의도에 미치는 영향을 분석
김동주 (2002)	온라인 쇼핑몰에서 여행상품을 구매하기 위한 정보탐색에 영향을 주는 요인에 대한 규명
최자영, 김경자 (2003)	온라인쇼핑에 대한 소비자 행동의도를 분석하는 연구를 실시하였으며, 계획행동이론 모델이 소비자의 온라인 쇼핑 의도를 설명하는데 적합한 모델임을 입증
Lam. and Hsu. (2006)	중국방문에 영향을 미치는 태도, 주관적 규범, 행동통제와 태도, 사회적 규범, 인지된 통제 간의 영향관계, 그리고 과거 경험과, 태도, 사회적 규범, 인지된 통제가 의도에 미치는 변수간의 상호관계를 연구
김은희 (2007)	계획행동이론을 적용하여 소비자들의 재활용 형태를 결정하는 주요 영향요인과 이를 통한 재활용 형태를 예측해 보는 연구
김정자 (2007)	계획적 행동이론에 의거하여 실버타운 잠재 고객의 구매의도의 결정요인을 규명
임윤정 (2008)	계획된 행동이론을 이용하여 한류 문화콘텐츠(드라마, 음반)를 이용하는 외래 관광객들(일본, 중국)의 소비 의도와 행동에 영향을 미치는 속성 분석
Godin et al.(2008)	태도, 주관적 규범, 인지된 통제, 후회감이 의도에 미치는 영향을 연구
최영정 (2010)	관광객의 경제, 환경, 사회, 문화적 책임관광에 대한 이론적 모형을 제시하고 제시된 모형이 관광객들의 경제, 환경, 사회, 문화적 책임관광에 대한 태도 및 의도의 관계를 나타내는 모형으로 적합한지 검증
이성일 (2011)	국인 관광객의 한국방문에 대한 의사결정에 있어, 선행요인인 태도, 규범, 행동 통제 그리고 추가된 무사증 기대요인 모두가 각각 방문의도에 영향을 미치는지
고대영 (2012)	외식 소비자가 레스토랑에서 웰빙 행동에 대한 태도에 따라 건강메뉴를 구매하려는 의도 연구
김소영 (2012)	행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 통제, 윤리적 규범을 요인으로 하여 윤리적 소비에 있어 도덕적 동기의 중요성을 확인

4. 로하스제품의 구매 의도

1) 구매 의도의 개념

일반적으로 구매 의도는 소비자의 예상된 또는 계획된 미래 행동을 의미하는 것으로 신념과 태도가 행동으로 옮겨질 가능성이라고 정의된다(Engel et al., 1990). 또한 구매 의도란 제품이나 서비스를 구입하려고 하는 소비자의 경향으로써 특정 제품에 대한 구매 의지를 말한다. Engel, Blackwell and Miniard(1995), 김봉준, 황의록(2007)은 구매의도란 ‘구매’와 ‘의도’의 복합어로서 ‘의도’란 일반적으로 개인의 의도된, 또는 계획된 미래 행동으로서의 신념과 태도가 행위로 옮겨지는 것을 의미하며 소비자의 구매 태도와 구매 행동 간의 연결점이라고 하였다. 즉, 상품에 대한 구매의도란 소비자가 해당상품을 구매하고자 하는 정도를 의미한다고 볼 수 있다(Richardson et al., 1996). Oliver(1980)는 일반적으로 소비자들은 구매 이전에 제품성공에 대한 기대를 형성하므로 구매 전 의도가 구매 전 태도로부터 영향을 받으며 다시 구매 전 기대에 의해 형성이 된다고 하였다. 한편 소비자행동이론 측면에서의 구매 의도는 구매와 가장 인접한 개념으로 이해되어 구매 행동을 예측하는 중요한 예측 변인으로 고려되고 있다(Assael, 1995). 구매 의도는 전통적인 소비자 행동 모델에서는 별개의 행동 변수로 여겨지지 않았으나 Fishbein and Ajzen(1975)의 ‘행동 의도 모델(Behavioral intention model)’이 제시된 이후 구매 의도는 새로운 의사결정 변수로 부각되기 시작했다. Fishbein and Ajzen(1975)에 의하면 개인의 행동은 그가 그 행동을 수행할 의도의 정도에 따라 직접적 영향을 받기 때문에 구매 행위 직전의 의도가 중요하다고 강조하였다. 정보 탐색을 통해 정보가 입수되면 소비자는 다른 정보와의 비교를 통해 제품에 대한 새로운 신념이 형성 되거나, 기존 신념이 강화 혹은 변경된다. 이러한 신념은 호의적이든 비호의적이든 그 제품에 대한 태도를 나타내게 된다. 일반적으로 호의적인 태도는 구매 의도를 형성하며 이 의도는 특정행동을 하게 하는 주관적 기능을 가지고 있다. 따라서 이 모델에서의 구매 의도는 구매 의사 결정 변수 중 하나이며, 구매 행동과 매우 근접한 개념으로 나타나고 있다. 여기서 특

정 행동의 수행 여부에 대한 의도(intention to act)가 추정 될 수 있다. 한편 Kotler et al.(1996)은 구매 의도는 구매 결정과 근접한 관계지만 그 사이에 타인의 태도나 예상하지 않은 상황 요소가 개입되어 구매의도가 구매결정으로 연결되지 못할 수 있다고 설명하였다. 즉, 타인의 태도는 소비자의 선호도에 영향을 미친다. 소비자가 선호하는 대안에 대한 타인의 부정적 태도와 타인의 기대에 부응하려는 소비자의 동기유발에 따라 선호도는 감소한다는 것이다. 또한 자원의 부족, 규범적인 준거집단의 영향, 상점 내 환경과 영향 등 예상하지 않은 상황요인으로 구매 의도는 변경 될 수 있다고 주장하였다. 그러나 Kotler et al.(1996)의 주장도 구매 의도가 구매 행동을 유발하는 요인임을 부인하지는 않는다. 즉 구매 의도는 그 외의 다른 외부적 영양에 의해 영향을 받을 수 있지만, 구매 행동을 유발하는 중요한 요인임 밝히고 있다. 따라서 소비자의 구매 행동은 구매하고자 하는 의도와 관련되기 때문에 구매 의도는 구매 대상에 대한 태도가 어떠한가에 따라 영향을 받는다(한은경, 2005). 구매 의도의 개념에 관한 이상의 내용을 정리하면 다음 <표 II-7>과 같다.

<표 II-7> 구매의도의 개념

연구자	개 념
Fishbein and Ajzen(1975)	구매 의사 결정 변수 중 하나이며, 구매 의도와 매우 근접한 개념
Oliver(1980)	구매 전 의도가 구매 전 태도로부터 영향을 받으며 다시 구매 전 기대에 의해 형성
Engel et al.(1990)	소비자의 예상된 또는 계획된 미래 행동을 의미하는 것으로 신념과 태도가 행동으로 옮겨질 가능성
Assael(1995)	구매와 가장 인접한 개념으로 이해되어 구매 의도를 예측하는 중요한 예측 변인
Engel, Blackwell and Miniard(1995), 김봉준, 황의록(2007)	개인의 의도된, 또는 계획된 미래 행동으로서의 신념과 태도가 행위로 옮겨지는 것을 의미하며 소비자의 구매 태도와 구매 의도 간의 연결점
Kotler et al.(1996)	다른 외부적 영양에 의해 영향을 받을 수 있지만, 구매 의도를 유발하는 중요한 요인
Richardson et al.(1996)	소비자가 해당상품을 구매하고자 하는 정도를 의미
한은경(2005)	소비자의 구매 의도는 하고자 하는 의도와 관련되기 때문에 구매 의도는 구매대상에 대한 태도가 어떠한가에 따라 영향을 받음

2) 구매 의도에 관한 선행연구

구매 의도는 소비자 행동의 일부분이며, 개인이나 집단이 욕구충족을 위하여 재화나 서비스를 획득하는데 관련된 의사결정과정에서 나타나는 육체적, 정신적 행동과정이다. 즉 고객의 구매 의도 일련과정 중 의사결정과정에서 핵심적인 활동이며 의도란 소비자들이 어떤 대상에 대한 태도를 형성한 후 특정한 미래행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념, 혹은 고객의 기업에 대한 애호도로 정의된다(문용재, 2009). 일반적으로 소비자는 개인적 욕구와 환경요인 등의 동기에 의해 필요로 하는 제품을 인식하고, 정보탐색의 과정을 거쳐, 제품을 평가하고 선택하여 구매하는, 기본적인 구매패턴을 보인다. 따라서 로하스제품에 대한 구매 의도란 로하스 소비자의 로하스제품 구매행동 과정에서 로하스 소비자가 해당상품에 대한 필요성과 중요성을 인식하고 구매할 의향이 있는가를 측정하는 것이라 할 수 있다. 한편, 내추럴마케팅연구소(2000)가 연구한 로하스 소비자의 12개의 핵심 변수 중 로하스 소비자의 구매 의사 결정에 영향을 미치는 4가지 결정기준이 있음을 파악하였다. 첫째, “재생원료를 사용한 제품을 구매 한다”이다. 이는 구매 의도의 일반적 사항에 해당하는 내용으로 볼 수 있다.

둘째, 지속적 구매 의도와 관련된 내용으로는 “지구환경에 미칠 영향을 고려해 구매를 결정 한다”이다. 지구환경에 대한 고려는 로하스의 기본개념으로 로하스 제품 구매 시 지속적인 구매 우선순위가 될 것이다.

셋째, “지속가능한 농법으로 생산된 제품을 선호 한다”의 내용이다. 지속가능한 농법으로 생산된 제품이란 친환경, 유기농 제품을 뜻하며 일반적인 제품에 비해 높은 가격대를 형성한다.

넷째, 추천의도에 관한 내용으로 “주변에 친환경 제품의 기대효과를 적극 홍보 한다”는 내용이다.

개인의 행동을 다른 사람에 의존해야하는 상황에서는 구매 의도와 실제 행동간의 관계는 미약해질 수 있다. 이에 따라 Ajzen(1991)은 행동이 개인의 통제력 하에 있지 않은 상황까지 포괄할 수 있도록 계획된 행동이론(Theory of Planned Behavior)을 제안하였다. 이 이론에서는 구매 의도에 영향을 미치는 요인으로 태도와 주관적 규범 이외에 “지각된 통제”라는 변인을 포함시켰다. 이 변인은 행동

이 개인의 통제 하여 있다고 여겨지는 정도를 의미하였다. 다시 말하면 자신의 행동에 통제력이 있다고 지각할 때 구매 의도가 실제 행동 수행에 영향을 미친다는 것이다. 일반적으로 소비자의 구매 행위는 다른 사람들의 의견에 많은 영향을 받는데 이는 준거집단 구성원들의 간의 커뮤니케이션이 소비자 구매 행동에 강력한 영향을 미치기 때문이다.

구매 의도에 영향을 미치는 요인들은 다양하며 기존 연구들을 살펴보면 태도, 서비스 품질, 만족 등 다양한 요인들이 구매 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 구매 의도에 미치는 영향에 대한 선행 연구들은 다음과 같다. Maria et al.(2001)은 유기농으로 만든 식품 중에서 우유, 고기, 감자, 빵 등에 대한 소비행태와 구매 의도에 관한 연구에서 응답자 대부분이 유기농 메뉴에 대하여 가격이 비싸다고 인지함에도 불구하고, 유기농 메뉴를 소비하는 이유로 건강과 맛, 저지방, 신도불이 등으로 조사되었으며, 장수를 위해 유기농 메뉴를 구매한다는 것은 모든 식품의 종류에서 낮은 인식을 하고 있지만. Jarvenpaa and Todd(1997)는 제품가치, 고객서비스, 쇼핑경험, 구매 경험의 4가지 요인들이 구매 의도에 어떠한 영향을 미치는가를 실증하여, 구매 경험을 제외한 모든 요인들이 유의적인 영향을 미치는 것으로 확인하였다. 기존 고객과의 거래를 계속 유지하는 것은 신규고객을 유치하거나 경쟁업체의 고객을 전환하도록 유도하는 것보다 그 노력과 비용의 측면에서 더 효율적이며 기업의 이익창출에 긍정적인 영향을 미친다. Zeithaml and Bitner(1996)은 고객의 호의적인 구매 의도는 고객유지의 신호로, 비호의적인 행동 의도는 고객이탈의 신호로 볼 수 있다고 하였다. Kappor (1988)는 영양식에 대한 성인층의 관심도 관련 연구에서 소비자들 건강에 대한 관심이 건강식품에 대한 구매 의도에 유의한 상관관계가 있다고 하였으며 Homer and Yoon(1992)은 구매 의도란 제품이나 서비스를 구입하려고 하는 소비자의 경향으로써 감정에 기반한 브랜드 태도가 구매 의도에 영향을 주고 이 구매 의도가 다시 구매에 직접적인 영향을 주는 관계를 밝혔다. Shepherd(2001)는 인류사회에 있어 사회, 문화적 요소가 중요한 것과 같이 노령 인구의 증가와 같은 사회구조의 노동력 변화로 인한 건강한 라이프스타일을 추구하는 상황에서는 친환경 제품의 구매 의도와 유기농 식품에 대한 소비확대가 가장 중요한 역할을 한다고 주장하였다. Anderson et al.(1997)은 가구의 소득 증감에 따른 건

강식품에 대한 연구에서 가구의 소득이 감소한 가구는 소득이 증가한 가구에 비하여 과일, 채소, 과일주스, 저지방 우유, 통밀 빵, 생선과 같은 건강식 소비는 줄어들고 육류식품과 유제품(whole-milk)과 정제된 밀로 만들어진 흰 빵, 설탕, 감자와 같은 식품소비는 증가하는 등 가정에서 만들어진 음식보다는 즉석식품의 소비에 더 높은 빈도를 나타내고 있어, 건강식품의 구매에 가구 소득의 증감이 중요한 요인으로 작용하고 있음을 알 수 있었다. 국내의 연구에서 박기남, 김기운(2001)은 구매 의도를 심리적 차원에서 설명하였는데, 구매 의도란 충성도의 행동적 차원으로 브랜드에 대한 종합적 평가를 바탕으로 소비자가 직접 행동으로 옮기고자 하는 주관적 심리 상태라고 하였다. 김형길,김정희(2010)은 소비자의 지식으로 구매의사 결정에 영향을 주고 소비자들은 구매 혹은 문제해결을 위해 신중한 판단을 요하는 경우가 많고, 구체적인 정보 탐색과 정신적 노력을 기울이게 되는 것이다. 김효경, 손수진(2010)도 구매의도를 심리적 차원에서 설명하였는데 구매의도란 구매하고자 하는 욕망, 추천의도, 이용 가능성, 우선고려 등의 브랜드에 대한 종합적 평가로서 소비자 개인의 구매의지에서 비롯된 심리적인 태도라고 하였다.황 용철(2011)은 브랜드 및 제품을 구매하기에 앞서, 매체, 준거 집단, 혹은 자신의 구매 경험 등에 미루어 제품에 대한 정보를 얻고 이러한 정보를 종합하여 기억을 구성하게 되며, 구매 상황에서 기억 속의 정보를 활용 한다. 또한 기업으로부터 제공받은 각종 판촉 노력과 소비자 자신의 구매경험을 바탕으로 생성되고 강화된 학습이다. 전정아(2008)는 구매의도란 소비자들이 어떤 상태에 대한 태도를 형성한 후, 미래행동으로 나타나는 개인의 의지와 신념이라고 하여 구매의도를 개인의 이성적 판단차원으로 설명하였다. 최종필(2005)은 구매의도를 발생하게 하는 원천에 대하여 주목하면서 구매의도란 소비자들이 제품보다는 광고의 영향으로 인하여 기업의 제품을 구매하려는 욕구를 갖는 것이라고 하였다. 김태희(2002)는 영양과 건강식품에 대한 구매의도 연구에서 패밀리 레스토랑을 이용하는 소비자를 대상으로 연구한 결과, 레스토랑의 지역별 그리고 성별에 따른 영양과 건강식품에 대한 태도에는 유의적인 차이는 없으나, 연령, 소득, 학력, 자가진단 건강상태, 체중관리 관심도, 방문빈도수에 따라 그룹 간 유의적인 차이가 있음을 조사하였다. 구매의도의 선행연구에 관한 이상의 내용을 정리하면 다음 <표 II-8>과 같다.

<표 II-8> 구매 의도의 선행연구

연구자	연구내용
Fishbein and Ajzen(1975)	합리적 행동 이론을 통해서 소비자의 구매 의도를 예측
Kappor (1988)	소비자들의 건강에 대한 관심과 건강식품에 대한 구매 의도와 의 상관관계 분석
Ajzen(1991)	계획된 행동이론을 통해서 소비자의 구매 의도를 예측
Zeithaml and Bitner(1996)	고객의 호의적인 구매 의도와 고객유지의 영향관계 및 비호의적인 구매 의도와 고객이탈 간의 영향 관계 연구
Maria et al.(2001)	유기농으로 만든 식품 중에서 우유, 고기, 감자, 빵 등에 대한 소비행태와 구매의도에 관한 연구
Shepherd(2001)	노령 인구의 증가와 같은 사회구조의 노동력 변화로 인한 건강한 라이프스타일을 추구하는 상황에서는 친환경 제품의 구매 의도와 유기농 식품에 대한 소비확대 연구
박기남, 김기운(2001)	구매 의도를 심리적 차원에서 연구, 충성도의 행동적 차원과 브랜드에 대한 종합적 평가를 행동으로 옮기고자 하는 주관적 심리 상태로 분석
김태희(2002)	영양과 건강식품에 대한 구매 의도 연구
최종필(2005)	구매 의도를 발생하게 하는 원천으로 광고의 영향 분석
전정아(2008)	구매 의도를 개인의 이성적 판단차원으로 설명
김효경, 손수진(2010)	구매 의도란 구매하고자 하는 욕망, 추천의도, 이용 가능성, 우선고려 등의 브랜드에 대한 종합적 평가
김형길, 김정희(2010)	구매 의도란 소비자의 지식으로 구매의사 결정에 영향을 주고, 구체적인 제품관련 정보 탐색과 정신적 노력을 기울이는 것
황용철(2011)	구매 의도란 브랜드 및 제품 구매에 앞서 매체, 준거집단 혹은 자신의 구매 경험 등에 미루어 제품에 대한 정보를 얻고 기억속이 정보를 활용한다.

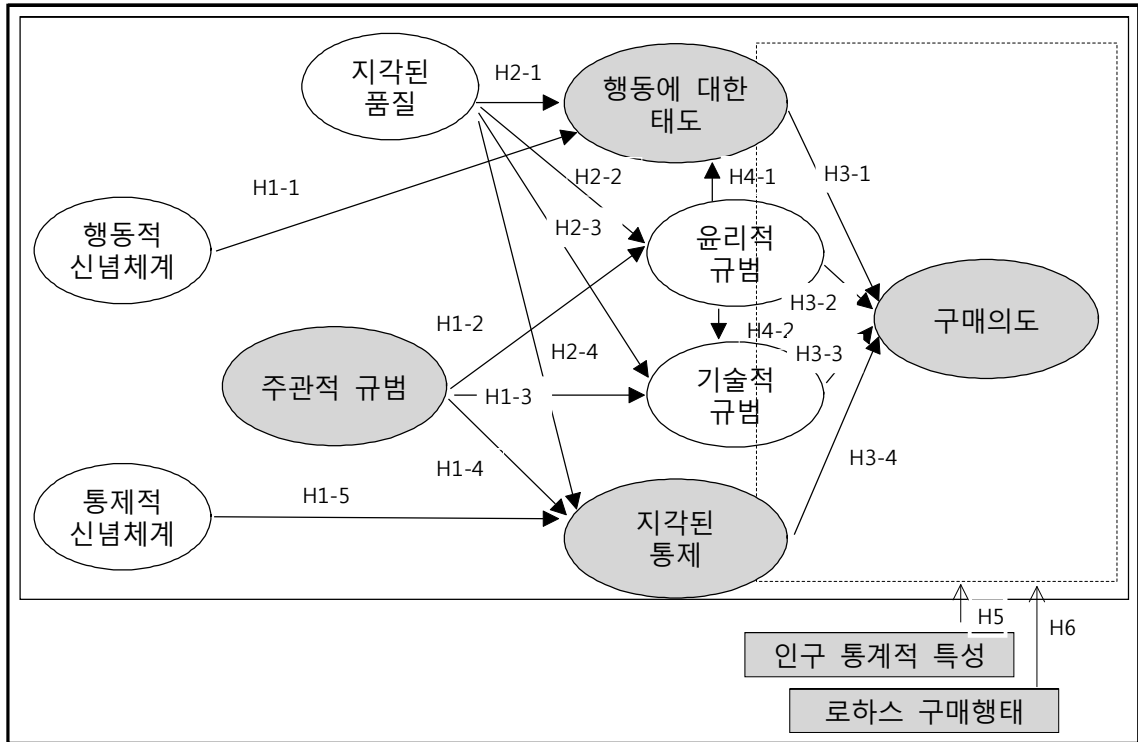
Ⅲ. 연구 방법

1. 연구 모형과 가설설정

1) 연구 모형

본 연구는 로하스제품에 대한 소비자의 실제 이용과 로하스제품 구매 의도 간에 상관관계가 높을 것이라는 가정 하에, 계획행동이론을 이용하여 소비자의 로하스제품 구매 의도에 미치는 요인들 간의 관계를 분석하고자 한다. Fishbein and Ajzen(1975), Aizen(1991), Robinson and Smith (2002), 김동주(2002), 최자영, 김경자(2003), Lam and Hsu.(2006), 김은희(2007), 김정자(2007), 임윤정(2008), Godin et al.(2008), 최영정(2010), 이성일(2011), 고대영(2012), 김소영(2012). <그림 Ⅲ-1>은 계획행동이론을 적용하여 로하스 소비자의 실제 이용과 로하스제품 구매 의도 간의 관계를 설정한 본 연구의 개념적 연구모형을 나타낸다.

<그림 Ⅲ-1> 연구모형



2) 가설 설정



(1) 로하스제품에 대한 신념체계와 계획행동이론의 구성요소 간의 관계

로하스제품에 대한 신념체계는 내추럴마케팅연구소(2000)가 로하스 소비자의 특성과 로하스 지수를 측정하기 위한 보고서의 12개의 핵심 변수 중 특정행동의 결과에 대한 개인적 신념에 해당하는 내용을 선택한다. Ajzen(1991)은 개인의 다양한 행동을 예측하기 위해서 행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 통제를 구성요소로 하여 행동과 의도와의 관계를 도식화 하였으며 구성요소를 결정하는 요인을 다음과 같이 신념체계로 하였다. 첫째, 행동에 대한 태도

둘째, 윤리적 규범 셋째, 기술적 규범이다. 또한 지각된 통제는 통제 신념체계에 의해 결정된다(김소영, 2012). 계획행동이론의 선행연구에 의하면 주관적 규범과 의도간의 상관관계는 태도와 의도 간이나 지각된 통제와 의도간의 관계보다 인과관계가 약한 것으로 나타난다(Armitage & Conner, 2001). 이처럼 주관적

규범과 의도와 의 관계가 허술한 것은 인간적 요인(행동에 대한 태도나 지각된 통제)에 주로 영향을 받는 주관적 규범과 의도 사이의 결합에서 생기는 간극 때문이다(Ajzen,1991). 반면, 윤리적 규범, 기술적 규범은 중요한 사람들이 갖고 있는 태도나 행동에 대한 지각에서 나온다. 중요한 사람들의 의견이나 행동은 사람들이 그들 자신이 무엇을 해야 하는지에 대한 결정에 사용할 수 있는 정보를 제공하기 때문이다(Rivis & Sheeran, 2003). 따라서 본 논문에서는 이와 같은 선행연구를 바탕으로 제시한 연구모형과 같이 행동적 신념체계와 통제적 신념체계, 주관적 규범을 행동에 대한 태도, 윤리적 규범, 기술적 규범, 지각된 통제와의 관계를 다음과 같이 가설을 설정 한다.

<가설 H1> 로하스 제품에 대한 신념체계와 주관적 규범은 로하스제품의 행동에 대한 태도, 윤리적 규범, 기술적 규범 및 지각된 통제에 영향을 미칠 것이다.

- H1-1 로하스 제품에 대한 행동적 신념체계는 로하스제품의 행동에 대한 태도에 영향을 미칠 것이다.
- H1-2 로하스 제품에 대한 주관적 규범은 로하스제품의 윤리적 규범에 영향을 미칠 것이다.
- H1-3 로하스 제품에 대한 주관적 규범은 로하스제품의 기술적 규범에 영향을 미칠 것이다.
- H1-4 로하스 제품에 대한 주관적 규범은 로하스제품의 지각된 통제에 영향을 미칠 것이다.
- H1-5 로하스 제품에 대한 통제적 신념체계는 로하스제품의 지각된 통제에 영향을 미칠 것이다.

(2) 로하스제품에 대한 지각된 품질과 계획행동이론의 구성요소 간의 관계

계획행동이론을 응용한 이론은 활발한 변형과 발전이 이루어져 왔으며 이러한 확장된 계획행동이론의 모형들은 다양한 영역에서 인간 행동에 대한 유용한 연

구들로 보고되고 있다(Ajzen, 1991). 유소이, 윤하영(2009)은 녹색, 친환경 식품에 있어 지각된 품질은 소비자의 선호와 구매의도를 결정하는 주요 요인임을 조사하였고, Bansal & Taylor(2004)는 지각된 품질은 소비자의 행동에 대한 태도를 거쳐 구매의도에 영향을 미치는 중요한 선행요인임을 밝히고 있다. 이와 같은 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정 하였다.

<가설 H2> 로하스 제품에 대한 지각된 품질은 로하스제품의 행동에 대한 태도, 윤리적 규범, 기술적 규범 및 지각된 통제에 영향을 미칠 것이다.

H2-1 로하스 제품에 대한 지각된 품질은 로하스 제품의 행동에 대한 태도에 영향을 미칠 것이다.

H2-2 로하스 제품에 대한 지각된 품질은 로하스 제품의 윤리적 규범에 영향을 미칠 것이다.

H2-3 로하스 제품에 대한 지각된 품질은 로하스 제품의 기술적 규범에 영향을 미칠 것이다.

H2-4 로하스 제품에 대한 지각된 품질은 로하스 제품의 지각된 통제에 영향을 미칠 것이다.

(3) 로하스제품에 대한 계획행동이론의 구성요소와 구매의도 간의 관계

Fishbein & Ajzen(1975)이 구매의도를 측정하기 위해 합리적 행동 이론에서 행동에 대한 태도요인을 제안한 이후, 행동에 대한 태도요인은 구매의도의 영향요인으로 거의 대부분의 모델에서 직접 또는 변형되어 사용되었다. 행동에 대한 태도는 행동을 직접 결정하지는 않으며 행동을 하기 바로 전에 행하게 되는 구매 의도에 영향을 준다(박종희, 2007; 임윤정, 2008). 로하스제품의 윤리적 규범은 인간의 이타적 행동을 이끄는 도덕적 책임감 및 의무감을 의미한다(Schwartz, 1972). Sparks & Shepherd(2002)의 연구에서도 윤리적 규범이 계획행동이론의 종속요인인 구매 의도에 독립적인 영향을 미치는 중요한 선행요인임을 밝히고 있다. Ravis & Sheeran(2001)의 연구에서는 기술적 규범과 구매 의도는 0.7의 높

은 상관관계가 있음을 증명하였다. 김민수, 한진욱(2012)은 라이선싱 스포츠용품의 구매의도에 관한 연구에서 기술적 규범은 제품 구매의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀냈다. 이동수(2004)는 지각된 통제가 구매 의도에 대해 동기적 의미를 지니며 구매 의도를 통하여 행동에 대해 간접적인 영향을 주게 된다고 하였으며 Ajzen(1991)은 지각된 통제를 구매 의도에 영향을 미치는 선행요인으로서 해당 행동을 하는 것이 쉽거나 또는 어렵다고 느끼는 행동에 대한 지각된 감정이라고 정의하였다. 이와 같은 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정 하였다.

<가설 H3> 로하스 제품에 대한 행동에 대한 태도, 윤리적 규범, 기술적 규범, 지각된 통제는 로하스제품의 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

- | |
|--|
| <p>H3-1 로하스 제품에 대한 행동에 대한 태도는 로하스 제품에 대한 구매의도에 영향을 미칠 것이다.</p> <p>H3-2 로하스 제품에 대한 윤리적 규범은 로하스 제품에 대한 구매의도에 영향을 미칠 것이다.</p> <p>H3-3 로하스 제품에 대한 기술적 규범은 로하스 제품에 대한 구매의도에 영향을 미칠 것이다.</p> <p>H3-4 로하스 제품에 대한 지각된 통제는 로하스 제품에 대한 구매의도에 영향을 미칠 것이다.</p> |
|--|

(4) 로하스제품에 대한 계획행동이론의 구성요소간의 관계

Conner & Armitage(1998)는 윤리적 규범을 계획행동이론과 함께 설명하는 것이 적절하다고 주장하였고, Sparks & Shepherd(2002)의 연구에서도 윤리적 규범이 계획행동이론의 종속요인인 구매 의도에 독립적인 영향을 미치는 중요한 구성요소임을 밝히고 있다. 노지숙(2012)은 계획행동이론을 적용하여 규범, 지각된 통제, 구매 의도와 윤리적 규범이 유의한 관계임을 규명하였으며, Paek, Oh, & Hove(2012)는 규범은 나에게 중요한 사람의 영향이 크기 때문에 적어도 2개

이상의 다른 규범과 비교가 필요하며 때로는 규범이 태도보다 더 중요할 수 있음을 주장하였다.

본 논문에서는 이와 같은 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다

<가설 H4> 로하스 제품에 대한 윤리적 규범은 로하스 제품에 대한 행동에 대한 태도, 로하스 제품에 대한 기술적 규범에 영향을 미칠 것이다.

H4-1 로하스 제품에 대한 윤리적 규범은 로하스 제품에 대한 행동에 대한 태도에 영향을 미칠 것이다.

H4-2 로하스 제품에 대한 윤리적 규범은 로하스 제품에 대한 기술적 규범에 영향을 미칠 것이다.

(5) 계획행동이론의 구성요소 간의 영향관계에서 인구통계적 특성의 조절역할

김소영(2012)은 지속가능한 급식의 이용의도에 대한 구성요소인 태도, 주관적 규범, 지각된 통제와 이용의도 사이의 경로에서 소비자의 인구통계학적 특성인 성별, 연령, 교육수준, 소득수준이 조절효과를 나타내는지 확인하였으나 통계적으로는 유의한 차이를 보이지 않았다(성별, $p=.490$, 연령, $p=.568$, 교육수준, $p=.978$, 소득수준, $p=.132$). 지준철(2012)은 계획행동이론을 적용하여 운동 몰입과 선행변수 간의 참여자의 인구통계특성 중 성별에 따른 조절효과에 대하여 연구하였으며 남성은 정적인 영향, 여성은 부적인 영향을 미침을 규명하였다. 이와 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 인구통계학적 특성 중 조절효과가 예상되는 연령, 교육수준, 소득수준을 선택하여 다음과 같은 가설을 설정 하였다.

<가설 H5> 인구통계학적 특성 중 연령, 교육수준, 소득수준은 로하스 제품의 행동에 대한 태도, 윤리적 규범, 기술적 규범 및 지각된 통제가 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.

- H5-1 연령은 로하스 제품의 행동에 대한 태도와 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.
- H5-2 교육수준은 로하스 제품의 행동에 대한 태도와 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.
- H5-3 소득수준은 로하스 제품의 행동에 대한 태도와 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.
- H5-4 연령은 로하스 제품의 윤리적 규범이 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.
- H5-5 교육수준은 로하스 제품의 윤리적 규범이 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.
- H5-6 소득수준은 로하스 제품의 윤리적 규범이 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.
- H5-7 연령은 로하스 제품의 기술적 규범이 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.
- H5-8 교육수준은 로하스 제품의 기술적 규범이 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.
- H5-9 소득수준은 로하스 제품의 기술적 규범이 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.
- H5-10 연령은 로하스 제품의 지각된 통제에 대한 태도가 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.
- H5-11 교육수준은 로하스 제품의 지각된 통제가 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.
- H5-12 소득수준은 로하스 제품의 지각된 통제가 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.

(6) 계획행동이론의 구성요소 간의 영향관계에서 로하스 구매행태의 조절역할

김미송(2013)은 계획행동이론을 적용하여 소비자 태도와 소비자 신뢰가 선택기준의 하위요인과 구매의도 간의 조절효과를 검증하였는데, 소비자 태도($p < .01$), 소비자 신뢰($p < .05$) 모두 유의미한 조절효과가 있음을 확인하였다. 본 논문에서는 로하스 제품의 구매빈도, 로하스 제품 구입 동기, 정보획득경로를 로하스 구매행태로 통합하여 계획행동이론 확장모형 개념 간의 영향관계에서 로하스 구매행태의 조절역할을 규명하고자 한다. 이와 같은 맥락에서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

<가설 H6> 로하스제품의 구매행태는 로하스 제품의 행동에 대한 태도, 윤리적 규범, 기술적 규범, 및 지각된 통제가 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.

H6-1 로하스 제품 구매빈도는 로하스 제품의 행동에 대한 태도와 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.

H6-2 로하스 제품 구매빈도는 로하스 제품의 윤리적 규범과 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.

H6-3 로하스 제품 구매빈도는 로하스 제품의 기술적 규범과 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.

H6-4 로하스 제품 구매빈도는 로하스 제품의 지각된 통제와 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.

H6-5 로하스 제품 정보획득경로는 로하스 제품의 행동에 대한 태도와 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.

H6-6 로하스 제품 정보획득경로는 로하스 제품의 윤리적 규범과 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.

H6-7 로하스 제품 정보획득경로는 로하스 제품의 기술적 규범과 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.

H6-8 로하스 제품 정보획득경로는 로하스 제품의 지각된 통제와 로하스 제품의 구매의도에 미치는 영향관계에서 조절역할을 할 것이다.

2. 조작적 정의와 측정

1) 로하스제품에 대한 신념체계와 지각된 품질

(1) 로하스제품에 대한 신념체계와 지각된 품질의 조작적 정의

본 연구에서는 로하스제품에 대한 행동적 신념체계는 내추럴마케팅연구소(2000)가 로하스 소비자의 특성과 로하스 지수를 측정하기 위한 보고서의 12개의 핵심 변수 중 로하스제품 구매 시 형성되는 행동적, 규범적, 지각된 통제 신념 체계에 해당하는 내용을 선택하며 본 연구에서는 첫째, 로하스제품에 대한 행동적 신념체계의 조작적 정의를 로하스제품 구매 시 형성되는 행동의 결과에 대한 개인적 신념으로 정의하고 둘째, 로하스제품에 대한 지각된 통제 신념체계의 조작적 정의를 로하스제품 구매 시 형성되는 행동유발의 촉진 및 방해 요소에 대한 지각으로 정한다. 셋째, 로하스제품의 지각된 품질이란 Aaker(1996)의 지각된 품질에 대한 정의를 참조하여 로하스제품에 대한 로하스적 차원의 전체적인 품질이나 서비스의 우수성에 대한 소비자의 인식으로 정의하였다.

(2) 로하스제품에 대한 신념체계와 지각된 품질의 측정

로하스제품에 대한 신념체계의 측정은 첫째, 행동적 신념체계는 특정행동의 결과에 대한 개인적 신념으로 내추럴마케팅연구소(2000)의 12개의 핵심 변수 중 행동에 대한 태도와 관련된 6개의 변수를 선별하여 7점 Likert 척도로 측정하였고 이에 상응하는 결과 평가에 대한 6개의 변수는 계획행동이론을 응용한 선행 연구(김소영, 2012; 김양숙, 윤지현, 박영희, 김행란, 2010; Han et al., 2010; Lam & Hsu, 2006)를 바탕으로 7점 척도(1점 : 매우 중요하지 않다, 7점 : 매우 중요하다)로 측정 하였다. 둘째, 로하스제품에 대한 통제 신념체계는 내추럴마케팅연구소(2000)의 12개의 핵심 변수 중 로하스 소비자가 로하스제품 구매 시 기대되는 대표적인 장애요인에 해당하는 가격 부분의 항목과 정보 획득 경로의 어려움

으로 구성하여 3개 항목을 선별하였으며 통제요인의 영향력은 김소영(2012)의 선행연구를 참조하여 우선적 구매의도의 여부로 하였다. 셋째, 로하스제품의 지각된 품질의 측정은 Aaker(1996)의 지각된 품질 측정항목인 품질의 차이, 일관성, 품질에 대한 소비자의 인식 등을 참조하고 Keller(1993)의 6개의 지각된 품질 측정 문항을 본 연구에 적합하게 수정, 보완하여 내추럴마케팅연구소(2000)의 12개의 핵심 변수 중 로하스적 차원인 환경보호 차원, 지속가능 차원, 재생원료사용 차원, 소비가치 차원, 제품 신뢰 등 5개 문항으로 구성하여 7점 Likert 척도로 측정 하였다. 이상의 내용을 정리하면 다음 <표 III-1>과 같다.



<표 III-1> 로하스제품에 대한 신념체계와 지각된 품질의 측정

구분	측 정 문 항	출처
행동적 신념 체계	로하스적인 행동은 친환경적인 제품을 선택하는 것이다	내추럴마케팅연구소 (2000), Han et al.(2010), Lam and Hsu(2006), 김양숙 외(2010), 김소영 (2012)
	로하스적인 행동은 환경보호에 적극적이다	
	로하스적인 행동은 지속가능한 재료를 이용한 제품을 선호하는 것이다	
	로하스적인 행동은 로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호하는 것이다	
	로하스적인 행동은 전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위하는 것이다	
	로하스적인 행동은 재생 가능한 원료를 이용하는 것이다	
	결과 평가	친환경적인 제품을 선택하는 것은 중요하다
		환경보호에 적극적인 것은 중요하다
		타성적 소비를 지양하고 지속가능한 재료를 이용한 제품을 선호하는 것은 중요하다
		로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호하는 것은 중요하다
		전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위하는 것은 중요하다
		재생 가능한 원료를 이용하는 것은 중요하다
통제적 신념 체계	지속가능성을 고려해 만든 로하스제품은 일반 제품에 비해 추가 비용이 발생 한다	내추럴마케팅연구소 (2000), 김소영 (2012)
	지속가능한 기법으로 생산된 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다	
	재생 가능한 원료를 이용 하는 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다	
	지속가능성을 고려해 만든 로하스제품 구매 시 추가비용이 발생 한다면 로하스제품을 우선적으로 구매하지 못할 것 같다	
	지속가능한 기법으로 생산된 로하스제품을 구별하는 것이 어려우면 로하스제품을 우선적으로 구매하지 못할 것 같다	
	재생 가능한 원료를 이용 하는 로하스제품을 구별하는 것은 어려우면 로하스제품을 우선적으로 구매하지 못할 것 같다	
	로하스제품은 환경보호 차원에서 우수한 제품일 것이다	Keller (1993), Aaker (1996)
	로하스제품은 지속가능 차원에서 우수한 제품일 것이다	
	로하스제품은 재생원료사용 차원에서 우수한 제품일 것이다	
	로하스제품은 소비가치 차원에서 우수한 제품일 것이다	
	로하스제품은 제품 신뢰 차원에서 우수한 제품일 것이다	

2) 계획행동이론의 구성요소

(1) 계획행동이론 구성요소의 조작적 정의

계획행동이론 구성요소의 조작적 정의는 첫째, 로하스제품에 대한 행동에 대한 태도의 조작적 정의는 박시한, 한미정(2007)의 연구에서 “행동에 대한 태도란 사람이나 사물 등 어떤 대상에 대해 일관성을 가지고 호의적이거나 비호의적인 반응을 보이는 학습된 경향”과 한덕웅, 이민규(2001), Sparks(2007)의 연구에서 “행동에 대한 태도란 행동에 대한 전반적인 평가를 의미 한다”라는 선행연구에 따라 로하스제품 이용 시 일관성을 가지고 호의적이거나 비호의적인 행동에 대한 전반적인 평가로 정의한다. 둘째, 로하스제품에 대한 주관적 규범의 조작적 정의를 로하스 소비자의 준거집단에 대한 지각과 수용으로 하며 셋째, 로하스제품의 윤리적 규범은 Schwartz(1972)의 “윤리적 규범은 인간의 이타적 행동을 이끄는 도덕적 책임감 및 의무감을 의미 한다”라는 정의를 참조하여 로하스제품 이용 시 이타적 행동에 대한 도덕적 책임감 및 의무감으로 정의한다. 넷째, 기술적 규범은 나에게 중요한 사람들이 그들이 해야 한다고 생각하는 것을 말한다(Park and Smith, 2007). 다섯째, 로하스제품에 대한 지각된 통제의 조작적 정의는 로하스제품 이용 시 행위자의 자발적인 통제의 범위를 벗어나 매우 어렵거나, 쉽게 작용되는 요인들에 대한 개인의 지각으로 정의한다.

(2) 계획행동이론 구성요소의 측정

로하스제품에 대한 구성요소의 측정은 첫째, 행동에 대한 태도의 측정은 선행연구(김소영, 2012; 김양숙, 윤지현, 박영희, 김행란, 2010; Han et al., 2010)를 바탕으로 본 연구에 적합하게 수정하여 바람직하다, 중요하다, 필요하다, 가치있다의 7점 척도로 측정 하였다. 둘째, 로하스제품에 대한 주관적 규범의 측정은 김소영(2012)과 고대영(2012)의 선행연구를 참조하여 준거집단을 가족, 직장동료, 친구로 하였으며 순응동기를 노력 여부로 하여 7점 Likert 척도로 측정하였다. 셋째, 로하스제품의 윤리적 규범의 측정은 Schwartz(1972)의 연구와 김소영(2012)

의 선행연구를 참조하여 로하스제품 구매에 대한 의무감, 책임감, 사명감, 자책감, 죄책감의 5개 문항으로 구성하여 7점 Likert 척도로 측정 하였다. 넷째, 로하스제품의 기술적 규범은 Paek, Oh, & Hove(2012)가 사용한 측정문항을 참고하여 동의 개념의 7점 Likert 척도(1점 : 매우 동의하지 않는다, 7점 : 매우 동의한다)로 측정 하였다. 다섯째, 지각된 통제의 측정은 김소영(2012)의 논문을 참조하여 3개 문항으로 구성하여 7점 Likert 척도로 측정 하였다. 이상의 내용을 정리하면 다음 <표 III-2>과 같다.



<표 III-2> 계획행동이론 구성요소의 측정

구분		측 정 문 항	출처
		로하스적인 행동은 바람직한 일이다	Han et al.(2010), 김양숙 외(2010), 김소영 (2012)
		로하스적인 행동은 중요한 일이다	
		로하스적인 행동은 필요한 일이다	
		로하스적인 행동은 가치 있는 일이다	
주 관 적 규 범	규 범 적 신 념	나의 가족은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	Lam and Hsu(2006) 고대영 (2012),
		나의 직장동료들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	
		나의 친구들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	
	순 응 동 기	일반적으로 나는 가족의 기대에 따라 행동하려고 노력 한다	김소영 (2012)
		일반적으로 나는 직장동료들의 기대에 따라 행동하려고 노력 한다	
		일반적으로 나는 친구들의 기대에 따라 행동하려고 노력 한다	
		로하스제품의 구매여부는 내 판단에 따라 결정할 수 있다	김소영 (2012)
		내가 원하기만 한다면 일반적인 제품 대신 로하스제품의 구매를 할 수 있다	
		내 의사에 따라 로하스제품의 구매여부를 결정 한다	
		나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 의무감을 느낄 것이다	Schwartz (1972), 김소영 (2012)
		나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 책임감을 느낄 것이다	
		나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 사명감을 느낄 것이다	
		나는 로하스제품을 구매하지 않는 것에 대하여 자책감을 느낄 것이다	
		나는 로하스제품을 구매하지 않는 것에 대하여 죄책감을 느낄 것이다	
		나의 가족은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지할 것이다	Rivis and Sheeran(2001)
		나의 직장동료들은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지할 것이다	
		나의 친구들은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지할 것이다	Park and Smith(2007)
		나의 가족은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 참여할 것이다	Paek, Oh, and Hove(2012)
		나의 직장동료들은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 참여할 것이다	
		나의 친구들은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 참여할 것이다	

3) 로하스제품에 대한 구매의도

(1) 로하스제품에 대한 구매의도의 조작적 정의

로하스제품에 대한 구매의도의 조작적 정의는 Fishbein & Ajzen(1975), 문용재(2009)의 선행연구를 바탕으로 로하스 소비자의 로하스제품 구매행동 과정에서 로하스 소비자가 해당상품에 대한 필요성과 중요성을 인식하고 구매할 의향에 대한 기준으로 정의한다.

(2) 로하스제품에 대한 구매의도의 측정

로하스제품에 대한 구매의도의 측정은 문용재(2009)의 연구 중 구매의도 측정 구성요소인 구매의도의 일반적 사항, 지속적 의도, 가격을 고려한 의도, 추천의도를 참조하여 내추럴마케팅연구소(2000)가 연구한 로하스 소비자의 12개의 핵심 변수 중 로하스 소비자의 구매의사 결정에 영향을 미치는 5가지 항목을 본 연구에 적합하게 수정, 보완하여 7점 Likert 척도로 측정하였다. 이상의 내용을 정리하면 다음 <표 III-3>과 같다.

<표 III-3> 로하스제품에 대한 구매의도의 측정

구분	측정문항	출처
로하스제품에 대한 구매의도	나는 지구환경에 미칠 영향을 고려해 생산된 로하스제품을 구매할 것이다	내추럴마케팅연구소(2000), Natural Marketing Institute(2003), 문용재(2009)
	나는 재생원료를 사용한 로하스제품을 구매할 것이다	
	나는 지속가능한 농법으로 생산된 로하스제품을 구매할 것이다	
	나는 주변에 로하스제품의 기대효과를 적극 홍보할 것이다	
	나는 주변에 로하스제품을 추천할 것이다	

3. 조사 설계

본 연구에 이용된 설문은 로하스제품의 구매고객 및 잠재고객 726명을 대상으로 2014년 8월 11일부터 24일까지 조사를 하였다.

표본추출방법은 대상지역별 임의표본 추출법을 사용하였으며 조사방법은 1대1, 1대다 대면조사를 하였고 조사도구는 구조화된 질문지(Structured Questionnaire)를 사용하였다. 표본오차는 $\pm 3.64\%$ 포인트(95%신뢰수준)이었다.

회수된 자료 중 불성실한 설문을 선별하여, 부호화가 완료된 코딩자료는 PASW Statistics 18을 통해 분석 자료의 특성 및 정규성을 검토하기 위해 기술 통계량을 빈도분석(Frequency)에 의해 얻었고, 분석도구의 주요개념에 대한 타당성을 확보하기 위해서 탐색적 요인분석(Factor Analysis), 신뢰계수를 위한 신뢰도분석(Reliability Analysis) 등을 하였다. 1차적으로 신뢰도와 타당도가 확보된 자료는 AMOS 20.0을 통해 확인적 요인분석을 거쳐 적합도 및 개념 신뢰도와 2차적인 분석도구의 타당성을 확인하였고, 연구모형에 나타난 주요 개념들 간의 관계를 구조방정식 모델링을 이용해 파악하였다. 특히 타당성분석에서는 개념 신뢰도나 개념 간 상관관계뿐만 아니라 표준화회귀계수를 활용한 평균분산 추출값을 산정하였다. 한편 가설검증은 최종 연구모형의 적합도가 확보된 후 개념 간 영향관계를 설정한 가설순위에 따라 검증하였고, 로하스의 행동에 대한 태도, 윤리적 규범, 기술적 규범 및 지각된 통제와 최종 종속변수인 구매의도간의 관계에서 인구통계적 특성, 로하스제품의 구매행태 등의 조절효과를 검증하기 위해 개별모수 및 검증을 통해 다중집단분석을 하였다. 또한 구매의도에 영향을 미치는 구성요소들의 간접효과 및 유의성을 파악하기 위해 부트스트래핑(Bootstrap ML)을 활용하였다.

IV. 실증 분석

1. 표본의 특성

본 연구는 로하스제품에 대한 소비자의 로하스제품 구매 의도에 대하여 계획 행동이론을 기반으로 관련변인들의 관계를 분석하고, 나아가 로하스제품의 구매 의도에 영향을 미치는 변인에 대한 영향관계를 파악하고자 하였다. 이를 위해 설정된 연구모형 및 가설을 검증하고자 <표 IV-1>에 나타난 바와 같이 726개의 표본을 이용하였는데, 이용된 표본의 인구 통계적 비율을 살펴보면 다음과 같다.

먼저 설문을 통해 조사된 응답자들의 인구 통계적 특성은 성별, 연령, 학력, 소득, 직업 등이고, 로하스 제품의 구매 행태에 대해서는 구매 빈도 및 로하스제품에 대한 정보획득경로가 명목화되어 표본의 사례를 집단화하여 표본특성을 표시하였다.

표본의 성별 비율을 보면 전체표본의 61.57%인 447명이 여성응답자였고, 남성은 38.43%로 로하스제품에 대한 설문응답은 여성비율이 높게 구성되었다. 이들의 연령별 구성비를 보면 40대가 38.57%로 가장 많았고 반면 20대는 8.40%로 상대적으로 낮은 구성비를 보였으며, 학력별로는 대학재학중이거나 졸업한 경우가 57.99%로 전체표본의 절반 이상이다.

응답자들 가구별 월평균 소득별로 보면 100-300만원 미만의 응답집단이 36.36%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 이어 300-500만원 미만이며, 500만원 이상의 응답집단도 19.97%를 차지하였다. 또한 직업별 구성비를 보면 사무, 생산, 판매 서비스직 등 급여생활자의 구성비가 47.80%로 전체응답자의 절반에 근접하였고, 자영업자가 14.46%, 전문직 13.91% 그리고 주부가 12.12% 등의 순으로 조사되었다.

한편 로하스 관련 구매 행태에 따른 구성비를 보면 지난 6개월간 로하스제품을 구매한 횟수가 없거나 미미한 1회 이하가 40.77%이고, 5회 이하가 49.17% 그리고 6회 이상은 10.06%이다. 또한 로하스에 관한 정보를 얻는 정보획득경로는

친구 등 인적경로를 통하는 경우(50.14%)가 많았고, TV광고, 신문 및 잡지 등 전통적인 대중매체(25.21%), 인터넷 및 SNS 등 최근 활성화되고 있는 온라인매체(24.66%) 등의 순이다.

<표 IV-1> 자료의 특성

구 분		빈도 (명)	백분비 (%)	누적백 분비(%)	
인구 통계적 특성	성별	남성	279	38.43	38.43
		여성	447	61.57	100.00
	연령	20대	61	8.40	8.40
		30대	229	31.54	39.94
		40대	280	38.57	78.51
		50대 이상	156	21.49	100.00
	학력	고졸	186	25.62	25.62
		대재/대졸	421	57.99	83.61
		대학원 이상	119	16.39	100.00
	월 평균 소득	100만원미만	77	10.61	10.61
		100-300만원 미만	264	36.36	46.97
		300-500만원 미만	240	33.06	80.03
500만원 이상		145	19.97	100.00	
직업	자영업자	105	14.46	14.46	
	급여생활자	347	47.80	62.26	
	전문직	101	13.91	76.17	
	주부	88	12.12	88.29	
	기타학생	85	11.71	100.00	
로하스 관련 구매행태	로하스제품 구매빈도	1회이하	296	40.77	40.77
		5회이하	357	49.17	89.94
		6회 이상	73	10.06	100.00
	로하스에 관한 정보획득경로	대중매체-TV광고/신문/잡지	183	25.21	25.21
		온라인매체-인터넷/SNS	179	24.66	49.86
		인적경로	364	50.14	100.00
합 계		726	100.00	-	

2. 측정변수들의 기술통계량

구조방정식모형분석의 가정 중 대표적인 것은 다변량 정규성(김대업, 2008)과 관측변수의 연속성이다. 개별관측변수들이 정규분포를 따르면 일변량 정규성이며, 구조방정식 모형에 투입되는 전체의 변수가 정규분포를 따르면 다변량 정규성이다. 다변량 정규성에는 개별관측변수가 정규분포를 따라야 하며, 관측변수간의 결합분포가 이변량 정규성을 따라야 하고, 선형성과 등분산성을 띠어야 한다는 조건이 포함되어 있다. 다변량 정규성은 일반적으로 일변량 정규성을 통해 가능하며, 이때에는 왜도(skewness)와 첨도(kurtosis)를 사용하게 된다. 왜도는 절대값 3을 초과하면 극단적이라고 보며, 첨도는 8~10을 초과하면 극단적인 문제가 있는 것으로 본다. 엄격한 기준으로 보면 왜도와 첨도는 일반적으로 -2~3.5 사이이며 1~2.3 정도이면 중간수준, 2.3 이상이면 강한 비정규성으로 본다. 특히 비정규성을 띤 원 자료에서는 왜도보다 첨도가 상대적으로 더 문제가 있어 분포곡선이 중심으로 집중된 정도를 나타내는 첨도에 대해 더 주의가 요구되며, 자료가 정규분포를 이루지 않을 경우 추정되는 통계량이 기대되는 통계량보다 과소 추정되어지며, 자료의 편포정도에 따라 과소추정의 정도도 다르게 나타난다.

<표 IV-2>~<표 IV-4>는 연구모형에 이용된 모든 측정변수들에 대한 기술통계량을 나타내며, 각각에 대한 왜도와 첨도를 보여준다.

지각된 품질은 7점 척도에서 평균 4.831~4.964 사이이며, 왜도는 -0.383~-0.220사이로 왜도 값이 0인 정규분포에 가깝게 나타났으며, 더 구체적인 형태를 보면 정규분포와 동일한 분산을 지니면서 절반 이상의 측정치들이 평균이상의 값을 가지고 있어, 분포의 꼬리는 왼쪽에 치우쳐져 왼쪽꼬리분포를 보이고 있다. 또한 첨도는 -0.400~-0.115으로 마이너스 값을 나타내 첨도 값이 0인 정규분포보다 다소 평평한 형태를 보인다.

행동적 신념체계는 행동적 신념과 결과평가 그리고 그 곱에 해당되는 측정값이 제시되어 있는데, 왜도(-0.679~-0.301)와 첨도(-0.363~0.173) 모두 0을 중심으로 분포되어 있어 정규성을 유지하고 있다.

통제적 신념체계는 통제적 신념과 통제영향력 그리고 이들 변수간의 곱에 해

당되는 추정값이 제시되어 있는데, 왜도(-0.556~-0.277)와 첨도(-0.098~0.383) 모두 0에 근접하여 분포되어 있어 정규성을 유지하고 있으며, 특히 통제신념과 통제영향력의 곱으로 생성된 변수들은 첨도가 0.179~0.383으로 양의 값을 나타내 정규분포보다 다소 뾰족한 형태를 보였다.

주관적 규범은 규범적 신념과 순응동기 그리고 그 곱에 해당되는 추정값이 제시되어 있는데, 왜도(-0.497~-0.174)와 첨도(-0.353~0.080) 모두 0을 중심으로 분포되어 있어 정규성을 유지하고 있으며, 규범적 신념과 순응동기의 곱으로 생성된 변수들은 첨도가 0.046~0.180으로 양의 값을 나타내 정규분포보다 다소 뾰족한 형태를 보였다.

한편 종속변수로 이용된 요인별 측정변수들의 정규성을 왜도와 첨도를 통해 살펴보면, 로하스 행동에 대한 태도의 경우 왜도는 -0.549~-0.316으로 엄격한 왜도의 기준치 이내에 있어 정규분포를 떠며, 음(-)의 값을 나타내 약간의 왼쪽 꼬리분포이고, 첨도는 -0.654~-0.351로 정규분포곡선보다 약간 완만한 형태로 정규성을 보이고 있다.

윤리적 규범 측정변수들의 왜도는 -0.187~-0.010 사이로 왜도의 정규분포 기준치 크기 이내에 있어 정규분포를 떠며, 중심의 왼쪽꼬리분포 형태이고, 첨도는 -0.762~-0.477로 0에 근접하여 분포되어 있어 정규성을 유지하고 있다.

기술적 규범 측정변수들의 왜도는 -0.327~-0.197 사이로 왜도의 정규분포 기준치 크기 이내에 있어 정규분포를 떠며, 중심의 왼쪽꼬리분포 형태이고, 첨도는 -0.133~0.009로 0에 중첩되어 분포되어 있어 정규성을 유지하고 있다.

지각된 통제 측정변수들의 왜도는 -0.482~-0.242 사이로 왜도의 정규분포 기준치 크기 이내에 있어 정규분포를 떠며, 중심의 왼쪽꼬리분포 형태이고, 첨도는 -0.521~-0.288로 0에 근접 분포되어 있어 정규성을 유지하고 있다. 마지막으로 최종종속변인으로 이용된 로하스제품에 대한 구매의도 측정변수들의 왜도는 -0.121과 -0.477로 왜도의 정규분포 기준치 크기 이내에 있어 정규분포를 떠며, 왼쪽꼬리분포 형태이고, 첨도는 -0.191과 -0.148로 음의 값이면서 0에 근접 분포되어 있어 정규성을 유지하고 있다. 이상의 왜도와 첨도를 통해 정규성을 살펴본 결과, 본 실증자료가 정규분포를 벗어나지 않고 있어 로그함수나 역함수 등 정규분포를 위한 자료변환 없이 원 자료를 이용하는데 문제가 없는 것으로 볼 수 있다.

<표 IV-2> 측정변수의 기술통계량(1)

요인 및 요인구성변수	Mean±SD	Skewness	Kurtosis
지각된품질			
iv35 로하스제품은 환경보호 차원에서 우수한 제품일 것이다	4.964±1.444	-0.372	-0.187
iv36 로하스제품은 지속가능 차원에서 우수한 제품일 것이다	4.831±1.446	-0.220	-0.400
iv37 로하스제품은 재생원료사용 차원에서 우수한 제품일 것이다	4.888±1.382	-0.383	-0.115
행동적 신념체계			
행동적 신념(A)			
i8 로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호하는 것이다	4.889±1.388	-0.301	-0.207
i9 전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위하는 것이다	4.973±1.452	-0.398	-0.363
i10 재생 가능한 원료를 이용하는 것이다	4.942±1.447	-0.361	-0.323
결과평가(B)			
i14 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호하는 것은 중요하다	4.96±1.457	-0.475	-0.149
i15 전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위하는 것은 중요하다	5.18±1.464	-0.640	0.021
i16 재생 가능한 원료를 이용하는 것은 중요하다	5.13±1.48	-0.679	0.131
행동적 신념체계(A*B)			
i8b 로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호하는 것이다	4.891±1.327	-0.410	0.116
i9b 전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위하는 것이다	5.042±1.37	-0.540	0.057
i10b 재생 가능한 원료를 이용하는 것이다	4.991±1.35	-0.560	0.173
주관적 규범			
규범적신념(A)			
ii20 나의 가족은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	4.546±1.517	-0.328	-0.353
ii21 나의 직장동료들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	4.329±1.5	-0.241	-0.257
ii22 나의 친구들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	4.336±1.491	-0.242	-0.216
순응동기(B)			
ii23 나는 가족의 기대에 따라 행동하려고 노력한다	4.893±1.43	-0.497	-0.093
ii24 나는 직장동료들의 기대에 따라 행동하려고 노력한다	4.668±1.389	-0.342	-0.112
ii25 나는 친구들의 기대에 따라 행동하려고 노력한다	4.694±1.388	-0.312	-0.097
주관적 규범(A*B)			
ii20b 나의 가족은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	4.653±1.326	-0.366	0.080
ii21b 나의 직장동료들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	4.426±1.301	-0.201	0.040
ii22b 나의 친구들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	4.439±1.29	-0.174	0.046

<표 IV-3> 측정변수의 기술통계량(2)

요인 및 요인구성변수	Mean±SD	Skewness	Kurtosis
통제적 신념체계			
통제신념(A)			
iii29 지속가능성을 고려해 만든 로하스제품은 일반 제품에 비해 추가비용이 발생 한다	4.969±1.482	-0.485	-0.098
iii30 지속가능한 기법으로 생산된 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다	4.633±1.391	-0.277	-0.003
iii31 재생 가능한 원료를 이용 하는 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다	4.672±1.435	-0.369	-0.054
통제영향력(B)			
iii32 추가비용이 발생한다면 로하스제품을 우선적으로 구매하지 못할 것 같다	4.707±1.43	-0.376	0.057
iii33 지속가능한 기법으로 생산된 제품구별이 어려우면 우선적으로 구매하지 못할 것 같다	4.757±1.451	-0.468	-0.071
iii34 재생 가능한 원료를 이용하는 제품구별이 어려우면 우선적으로 구매하지 못할 것 같다	4.747±1.494	-0.479	-0.060
통제적신념체계(A*B)			
iii29b 지속가능성을 고려해 만든 로하스제품은 일반 제품에 비해 추가비용이 발생 한다	4.773±1.285	-0.556	0.383
iii30b 지속가능한 기법으로 생산된 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다	4.64±1.271	-0.450	0.357
iii31b 재생 가능한 원료를 이용 하는 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다	4.651±1.329	-0.457	0.179

<표 IV-4> 측정변수의 기술통계량(3)

요인 및 요인구성변수	Mean±SD	Skewness	Kurtosis
행동에 대한 태도			
i1 바람직한 일이다	5.059±1.581	-0.375	-0.654
i2 중요한 일이다	4.982±1.561	-0.316	-0.621
i3 필요한 일이다	5.154±1.552	-0.549	-0.351
윤리적 규범			
iv40 나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 의 무감을 느낄 것이다	4.205±1.593	-0.164	-0.477
iv41 나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 책 임감을 느낄 것이다	4.212±1.61	-0.187	-0.559
iv43 나는 로하스제품을 구매하지 않는 것에 대하 여 자책감을 느낄 것이다	3.851±1.726	-0.010	-0.762
기술적 규범			
iv45 나의 가족은 로하스제품을 구매하는 것에 대 하여 지지할 것이다	4.736±1.448	-0.327	-0.133
iv46 나의 직장동료들은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지할 것이다	4.519±1.39	-0.213	0.009
iv47 나의 친구들은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지할 것이다	4.59±1.349	-0.197	0.007
지각된 통제			
iii26 로하스제품의 구매여부는 내 판단에 따라 결 정할 수 있다	4.873±1.523	-0.377	-0.425
iii27 내가 원하기만 한다면 일반적인 제품 대신 로하스제품의 구매를 할 수 있다	4.741±1.505	-0.242	-0.521
iii28 내 의사에 따라 로하스제품의 구매여부를 결 정 한다	4.887±1.498	-0.482	-0.288
구매의도			
v52 나는 재생원료를 사용한 로하스제품을 구매 할 것이다	4.626±1.412	-0.121	-0.191
v53 나는 지속가능한 농법으로 생산된 로하스제 품을 구매할 것이다	4.869±1.465	-0.477	-0.148

3. 신뢰성과 타당성 분석

1) 신뢰성 분석

신뢰도(reliability)는 측정하고자 하는 내용을 어느 정도 일관성 있게 측정하고 있는데, 측정의 안정성, 일관성, 예측가능성 및 정확성 등의 개념을 포함하고 있다. 이를 분석하는 방법은 검사-재검사신뢰도, 동형검사신뢰도, 반분신뢰도, 문항내적합치도, 채점자신뢰도 등 다양하다. 특히 이중 문항내적합치도(inter-item consistency)는 한 검사에 포함된 측정 문항 간 반응의 일관성이 문항의 동질성 여부에 의해 결정되며, 이를 추정하는 대표적인 방법은 크론바하 알파(Cronbach α) 계수를 산출하는 것이다. 크론바하 알파계수(문수백, 2009)는 분산을 이용한 것으로 문항 측정치의 분산이 크고 문항간 측정치가 유사할수록 신뢰도계수는 커지게 되고, 이질적인 문항이 포함되어 있을수록 알파계수가 낮게 나타나게 된다.

크론바하 알파계수는 0.8이상 되어야 이상적이며, 정도의 차이는 있지만 0.7이상의 알파값은 바람직한 정도이고, 0.6이상은 수용가능한 편이며, 0.6이하의 내적 일관성 결여로 측정문항을 분석에서 제외시킬 정도가 된다.

<표 IV-5>는 연구모형에 포함된 분석도구별로 산출한 알파값이며, 로하스 행동에 대한 태도요인이 가장 높은 크론바하 알파값($\alpha=0.957$)을 나타냈고, 가장 낮은 요인은 구매 의도($\alpha=0.884$)로 나타났다. 그러나 모든 요인이 0.9이상이거나 0.9에 근접한 알파값을 보여, 각 요인의 구성문항들이 높은 내적일관성을 보여주고 있어 신뢰성이 확보된 것으로 볼 수 있다.

<표 IV-5> 신뢰도 분석

요인명	요인별 구성변수	사례수/ 항목수	삭제시 알파	Alpha
지 각 된 품 질	iv35 로하스제품은 환경보호 차원에서 우수한 제품일 것이다	726/3	0.877	0.935
	iv36 로하스제품은 지속가능 차원에서 우수한 제품일 것이다		0.897	
	iv37 로하스제품은 재생원료사용 차원에서 우수한 제품일 것이다		0.940	
행 동 적 신 념	i8b 로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호하는 것이다	726/3	0.922	0.934
	i9b 전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위하는 것이다		0.898	
	i10b 재생 가능한 원료를 이용하는 것이다		0.890	
통 제 적 신 념	iii29b 지속가능성을 고려해 만든 로하스제품은 일반 제품에 비해 추가비용이 발생 한다	726/3	0.929	0.929
	iii30b 지속가능한 기법으로 생산된 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다		0.869	
	iii31b 재생 가능한 원료를 이용 하는 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다		0.893	
주 관 적 규 범	ii20b 나의 가족은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	726/3	0.950	0.935
	ii21b 나의 직장동료들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다		0.877	
	ii22b 나의 친구들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다		0.886	
로하스행 동에 대한 태 도	i1 바람직한 일이다	726/3	0.926	0.957
	i2 중요한 일이다		0.930	
	i3 필요한 일이다		0.952	
윤 리 적 규 범	iv40 나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 의무감을 느낄 것이다	726/3	0.848	0.907
	iv41 나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 책임감을 느낄 것이다		0.829	
	iv43 나는 로하스제품을 구매하지 않는 것에 대하여 자책감을 느낄 것이다		0.925	
기 술 적 규 범	iv45 나의 가족은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지할 것이다	726/3	0.907	0.904
	iv46 나의 직장동료들은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지할 것이다		0.835	
	iv47 나의 친구들은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지할 것이다		0.845	
지 각 된 통 제	iii26 로하스제품의 구매여부는 내 판단에 따라 결정할 수 있다	726/3	0.858	0.923
	iii27 내가 원하기만 한다면 일반적인 제품 대신 로하스제품의 구매를 할 수 있다		0.877	
	iii28 내 의사에 따라 로하스제품의 구매여부를 결정한다		0.928	
구 매 의 도	v52 나는 재생원료를 사용한 로하스제품을 구매할 것이다	726/2	-	0.884
	v53 나는 지속가능한 농법으로 생산된 로하스제품을 구매할 것이다		-	

2) 타당성 분석

타당성(validity)은 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정하였는가를 나타내는 개념이다. 예를 들어 <표 IV-6>에 나타난 지각된 품질을 구성하는 각각의 문항이 지각된 품질을 측정하기 위한 개념이나 속성을 정확히 가지고 있는지 파악하는 것이다. 따라서 타당성은 측정도구가 실제로 측정하는 개념과 조사자가 측정하고자 하는 추상적인 개념이 어느 정도 일치하는지를 나타내는 것이다.

타당성의 정도는 설문 등을 통해 측정한 특정 치와 측정내용변수의 진정한 값과의 차이로써 평가할 수도 있으나 진정한 값을 알 수 없어 내용타당성, 기준타당성, 구성개념타당성 등을 확인하여 타당성을 평가한다(임종원, 정동희 2002).

내용타당성(content validity)은 어떤 개념을 측정하기 위해 개발된 지표나 측정항목이 그 개념을 구성하고 있는 모든 측면을 포괄적으로 반영하고 있는 정도이며, 선행연구나 측정항목의 내용을 통해 검토해 볼 수 있다.

기준타당성(criterion validity)은 측정결과를 평가할 수 있는 외적기준을 개발하여 타당성을 평가하는 방법으로 예측타당성과 동시타당성의 두 가지 차원으로 구성된다. 예측타당성은 측정하고자 하는 개념과 그 개념이 영향을 미칠 것으로 생각되는 다른 개념을 얼마나 잘 예측하는가에 의해 평가되며, 동시타당성은 측정하고자 한 개념의 측정지표를 이용하여 측정한 측정결과와 동시에 측정결과를 비교할 수 있는 다른 방법에 의해 측정한 결과를 비교하여 평가하는 것으로써 주로 상관관계를 이용하여 평가한다.

요인분석(Factor Analysis)방법에 의해 평가 될 수 있는 구성개념타당성(construct validity)은 측정하고자 하는 구성개념의 구조적 특성이 무엇인가와 관련된 타당성 평가방법으로 수렴타당성, 판별타당성 그리고 법칙적 타당성으로 구성되어 있는데, 수렴타당성이란 하나의 구성개념에 대해 복수의 측정지표를 사용하고 있다면 복수의 측정지표들은 동일한 개념을 측정하고 있으므로 서로 유사한 결과를 보여야 한다는 것이고, 판별타당성은 서로 상이한 구성개념의 측정 결과는 뚜렷한 차이를 나타내야 한다는 것이며, 법칙적 타당성은 구성개념이 연구의 이론과 가설 속에 있는 각각의 역할에 대응하여 다른 구성개념들과 법칙적(lawlike) 관련성을 가져야 한다는 것이다.

판별타당성을 검증하기 위해 요인들 간의 상관관계를 분석할 수 있고(강병서, 조철호, 2005). 상관관계분석을 기반으로 하고 있는 요인분석은 타당성을 검증하는데 활용되는 주요수단 중의 하나이며, 탐색적 요인분석(EFA)이나 확인적 요인분석(CFA)이 이용된다. 특히 확인적 요인분석은 AMOS와 같은 구조 방정식모델링 프로그램에서 분석 가능하다.

확인적 요인분석모형에서 일련의 측정지표들이 지각된 품질 등의 잠재변수를 적절히 대표하기 위해서는 각 지표에서 얻은 자료가 동일한 잠재변수를 측정하는 것으로 가정된 지표들 사이에 높은 상관관계(집중타당성, convergent validity)를 보여야 하고, 다른 잠재변수를 측정하는 것으로 가정된 지표들 사이에는 낮은 상관관계(판별타당성, discriminant validity)를 보여야 한다(배병렬, 2009).

요인분석결과가 신뢰성과 타당성 검사보다 우선하므로, 요인분석의 적합도 지수가 제대로 나오면 그 자체만으로 신뢰성과 타당성이 어느 정도 인정(김대업, 2008).되기 때문에 산출된 지수들이 만족스러운지 검토해야 한다.

<표 IV-6>과 <표 IV-7>은 연구모형의 주요 독립변인과 결과변인에 대해 탐색적 요인분석을 실행한 결과이다. 독립변인들에 대한 요인분석결과 최종적으로 4개 요인이 추출되었으며, 제1요인은 지각된 품질과 관련된 문항들이 높은 요인적재량을 보였고(0.775~0.872), 제2요인은 주관적 규범(0.801~0.889), 제3요인은 통제적 신념체계(0.837~0.893), 그리고 제4요인은 행동적 신념체계(0.753~0.790)와 관련된 문항들이 높은 요인적재량을 보였다. 한편 요인 수 결정에서 하나의 기준인 고유 값(Eigen value)도 4개요인 모두 기준치 1이상이고, 총 분산도 88.54%로 기준치 60%를 높게 상회하여 정보의 손실이 적으며, 총 분산 중에서 요인이 설명하는 분산비율을 의미하는 공통성도 최저 0.825에서 최고 0.929사이로 사회과학분야의 일반적인 기준치 0.6보다 높게 나타났다. 또한 요인분석의 적합성(0.5~1)을 검증하는 지수는 0.898로 0.5 이하이면 분석이 적합하지 않다는 기준치보다 크게 상회하고 있다.

종속변인들에 대한 요인분석결과는 최종적으로 5개 요인이 추출되었으며, 제1요인에는 로하스 행동에 대한 태도(0.848~0.878), 제2요인에는 윤리적 규범(0.864~0.880), 제3요인에는 지각된 통제(0.819~0.885), 제4요인에는 기술적 규범

(0.746~0.822) 그리고 제5요인에는 구매의도(0.706~0.759)와 관련된 문항들이 높은 요인적재량을 보였다. 요인수 구분기준 중의 하나인 고유 값(Eigen value)도 5개요인(1.458~2.915) 모두 기준치 1이상이고, 총 분산도 87.76%로 기준치 60%를 높게 상회하여 정보의 손실이 적으며, 총 분산 중에서 요인이 설명하는 분산 비율을 의미하는 공통성도 최저 0.805에서 최고 0.935사이로 일반적인 기준치 0.6보다 높게 나타났다. 또한 요인분석의 적합성(0.5~1)을 검증하는 지수는 0.903으로 매우 양호한 값을 보여주고 있다.

<표 IV-6> 타당성 분석

요인명	요인구성변수	요인적재량				공통성
		1	2	3	4	
지각된 품질 §1	iv35 로하스제품은 환경보호 차원에서 우수한 제품일 것이다	0.872	0.162	0.231	0.297	0.929
	iv36 로하스제품은 지속가능 차원에서 우수한 제품일 것이다	0.856	0.235	0.195	0.281	0.905
	iv37 로하스제품은 재생원료사용 차원에서 우수한 제품일 것이다	0.775	0.242	0.223	0.341	0.825
주관적 규범 §3	ii22b 나의 친구들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	0.158	0.889	0.196	0.250	0.917
	ii21b 나의 직장동료들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	0.178	0.887	0.213	0.245	0.924
	ii20b 나의 가족은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	0.282	0.801	0.238	0.221	0.827
통제적 신념체계 §4	iii30b 지속가능한 기법으로 생산된 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다	0.198	0.214	0.893	0.170	0.911
	iii31b 재생 가능한 원료를 이용 하는 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다	0.127	0.219	0.891	0.185	0.892
	iii29b 지속가능성을 고려해 만든 로하스제품은 일반 제품에 비해 추가 비용이 발생 한다	0.269	0.174	0.837	0.192	0.840
행동적 신념체계 §2	i8b 로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호하는 것이다	0.307	0.314	0.240	0.790	0.875
	i10b 재생 가능한 원료를 이용하는 것이다	0.395	0.283	0.230	0.781	0.899
	i9b 전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위하는 것이다	0.415	0.301	0.227	0.753	0.881
고유 값(Eigen value)		2.781	2.753	2.735	2.357	-
분산(Total=88.54%)		23.17	22.94	22.79	19.64	-
KMO와 Bartlett의 검정		KMO=0.898, $\chi^2=9080(df=66,p.=0.000)$				

<표 IV-7> 주요 결과변인의 타당성 분석

요인명	요인구성변수	요인적재량					공통성
		1	2	3	4	5	
로하스 행동에 대한 태도 η1	i1 바람직한 일이다	0.878	0.051	0.305	0.188	0.185	0.935
	i2 중요한 일이다	0.871	0.084	0.282	0.215	0.190	0.928
	i3 필요한 일이다	0.848	0.114	0.273	0.207	0.219	0.898
윤리적 규범 η2	iv41 나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 책임감을 느낄 것이다	0.076	0.880	0.171	0.232	0.151	0.886
	iv40 나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 의무감을 느낄 것이다	0.109	0.872	0.182	0.189	0.192	0.877
	iv43 나는 η1 로하스제품을 구매하지 않는 것에 대하여 자책감을 느낄 것이다	0.041	0.864	0.037	0.235	0.009	0.805
지각된 통제 η4	iii26 로하스제품의 구매여부는 내 판단에 따라 결정할 수 있다	0.286	0.108	0.885	0.128	0.120	0.907
	iii27 내가 원하기만 한다면 일반적인 제품 대신 로하스제품의 구매를 할 수 있다	0.290	0.109	0.856	0.213	0.111	0.886
	iii28 내 의사에 따라 로하스제품의 구매여부를 결정한다	0.231	0.206	0.819	0.132	0.204	0.825
기술적 규범 η3	iv45 나의 가족은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지할 것이다	0.285	0.192	0.152	0.822	0.158	0.841
	iv46 나의 직장동료들은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지할 것이다	0.162	0.381	0.197	0.776	0.232	0.866
	iv47 나의 친구들은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지할 것이다	0.216	0.389	0.195	0.746	0.239	0.849
구매의도 η5	v52 나는 재생원료를 사용한 로하스제품을 구매할 것이다	0.346	0.200	0.256	0.318	0.759	0.902
	v53 나는 지속가능한 농법으로 생산된 로하스제품을 구매할 것이다	0.394	0.221	0.242	0.346	0.706	0.881
고유값(Eigen value)		2.915	2.792	2.720	2.402	1.458	-
분산((Total=87.76%)		20.82	19.94	19.43	17.16	10.41	-
KMO와 Bartlett의 검정		KMO=0.903, $\chi^2=9757(df=91, p=0.000)$					

한편 연구모형내의 모든 잠재변수들과 각 잠재변수들의 측정변수들에 대한 확인적 요인분석과는 <표 IV-8>에 나타난 바와 같다. 먼저 사례수와 자유도의 영향, 또는 다변량정규성의 위반에 별로 영향을 받지 않고 모델의 적합 도를 잘 설명해 주는 기초부합지수인 GFI지수는 0.905로 기준치 0.9보다 높고, 변수간 관계를 전혀 가정하지 않은 기초모형과 비교해 증가된 적합도 정도를 나타내는 충분 적합지수인 IFI는 0.966으로 기준치 0.9보다 높으며, 상관관계형태로 표준화된 SRMR은 0.08이하이면 모형의 적합도가 높는데, 이 자료에서는 0.0425로 나타나 적합도가 충분한 것으로 나타났다.

또한 측정변수들이 잠재요인에 대한 각각의 경로에 적재되는 표준화추정치(λ)를 이용해 개념 신뢰도(CR)와 평균분산추출(AVE)값을 계산해 낼 수 있는데, 전자는 0.7이상 그리고 후자는 0.5이상이면 측정모형의 개념 신뢰도 또는 수렴타당도는 확보(신건권, 2013)되었다고 볼 수 있다. 분석 자료를 활용해 산정한 결과, 개념 신뢰도는 가장 낮은 구매 의도($\eta_5=0.884$)부터 가장 높은 로하스 행동에 대한 태도($\eta_1=0.952$)까지 모두 기준치 이상의 양호한 값을 나타냈고, 잠재변인에 대해 측정변수인 지표가 설명할 수 있는 분산의 크기를 나타내는 평균분산추출 값은 로하스 행동에 대한 태도($\eta_1=0.869$)가 가장 높은 크기를 나타냈고, 반면 기술적 규범($\eta_3=0.764$)이 가장 낮게 나타났지만 모든 잠재요인이 기준치를 초과하고 있다.

독립변수 군과 종속변수군 간의 상관관계를 보면, 독립변수 중 지각된 품질($r=0.826$)과 행동적 신념($r=0.852$)이 로하스에 대한 행동 태도와 가장 높은 정적 상관관계를 보이고, 윤리적 규범과는 주관적 규범($r=0.692$), 기술적 규범과는 대부분 높지만 행동적 신념($r=0.686$), 기술적 규범과는 지각된 품질($r=0.683$) 그리고 구매 의도에서도 지각된 품질($r=0.792$)과 가장 높은 상관관계를 보이고 있다. 최종 종속변수인 구매 의도와와의 상관관계를 보면 로하스제품에 대한 계획 행동이론의 구성요소($\eta_1, \eta_2, \eta_3, \eta_4$) 모두 높은 정적 상관성을 나타내지만 그 중에서 기술적 규범($r=0.768$)의 상관계수가 가장 높게 나타났다.

<표 IV-8> 분석도구의 개념 신뢰도 및 타당성

	지각된 품질	행동적 신념체계	주관적 규범	통제 신념체계	행동에대 한태도	윤리적 규범	기술적 규범	지각된 통제	구매 의도
n	726	726	726	726	726	726	726	726	726
지각된 품질	0.806								
행동적 신념체계	0.806	0.826							
주관적 규범	0.540	0.660	0.834						
통제 신념체계	0.541	0.562	0.518	0.818					
행동에대 한태도	0.826	0.852	0.495	0.479	0.869				
윤리적 규범	0.464	0.571	0.692	0.366	0.312	0.777			
기술적 규범	0.678	0.686	0.665	0.480	0.560	0.682	0.764		
지각된 통제	0.683	0.678	0.545	0.544	0.641	0.399	0.521	0.832	
구매 의도	0.792	0.765	0.612	0.493	0.748	0.529	0.768	0.613	0.792
SD	1.341	1.268	1.229	1.213	1.501	1.510	1.279	1.405	1.362
Mean	4.895	4.975	4.506	4.689	5.065	4.090	4.616	4.834	4.748
CR	0.926	0.934	0.938	0.931	0.952	0.912	0.907	0.937	0.884
적합도	$\chi^2=969.196(df=258,p=0.000)$, $\chi^2/d.f.=3.757$, GFI=0.905, AGFI=0.870, NFI=0.954, RMSEA=0.062, IFI=0.966, CFI=0.966, SRMR=0.0425								

주) CR(Composite Reliability); 대각선은 AVE(Average Variance Extracted)

4. 구조모형분석

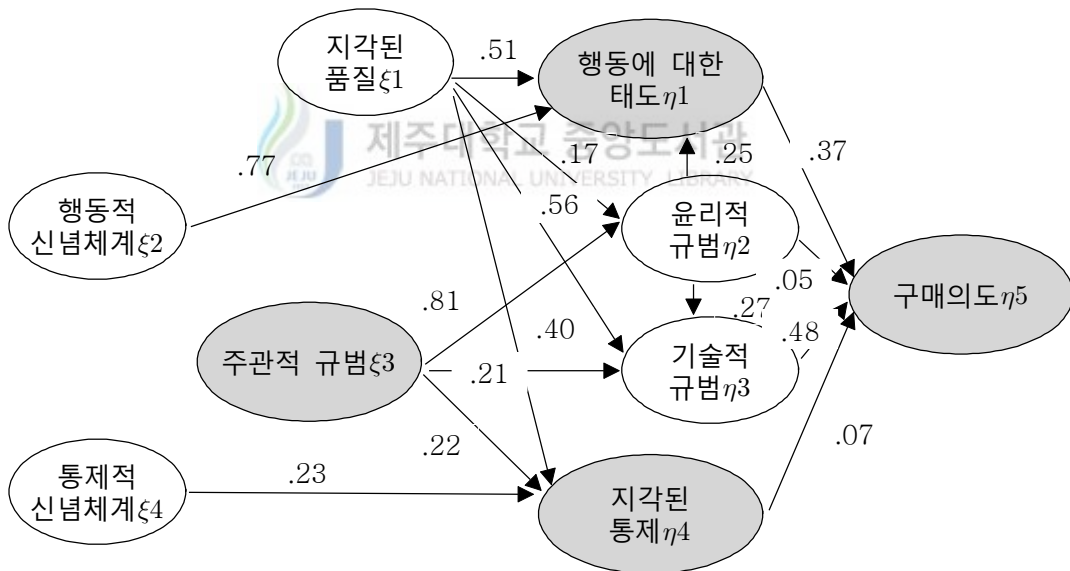
1) 구조모형의 적합도 검정

본 연구는 로하스제품에 대한 소비자의 로하스제품 구매 의도에 대하여 계획 행동이론을 기반으로 관련변인들의 관계를 분석하고, 나아가 로하스제품의 구매 의도에 영향을 미치는 추가적 변인에 대한 영향관계를 파악하고자 한 것이며, 이를 모형화하여 구조방정식모델링에 적용한 결과 <표 IV-9>와 같은 적합도와 <그림 IV-1>와 같은 경로 도를 얻었다.

행동에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 통제 등 계획행동모형(TPB)의 주요개념들과 지각된 품질 및 윤리적 규범, 기술적 규범 추가된 개념간의 인과관계 모형을 최대우도법(ML)을 통해 모수들을 추정, 분석한 결과, 연구모델의 부합도는

수용할 만한 수준이었다. 즉, 표본 수에 민감한 카이스퀘어(χ^2) 검증에서 표본공분산행렬과 적합행렬사이에 유의적인 차이($\chi^2_{0.05}(273)=1024.981$)를 나타냈으나, 표본 수에 영향이 적은 기초 부합치(GFI=0.900)는 수용수준이었고, 모델이 설명할 수 없는 표본공분산 행렬의 잔량을 한 셀당 평균으로 나타낸 지표인 RMR은 작을수록 좋은데, 일반적으로 0.05 이하이면 좋은 모형이라고 할 수 있고, 근사제곱근 평균제곱오차(RMSEA) 역시 대체적으로 0.05에서 0.08 이하이면 적당한데, 각각 0.097, 0.062로 수용수준이며, 기타의 대부분의 지표들이 수용수준이거나 초기 모형보다 개선된 것으로 전반적으로 수용할 만한 적합한 결과를 보여주고 있다.

<그림 IV-1> 모형의 경로도



Chi(df=273, N=726)=1024.981, p=.000
 Chi/df=3.755, GFI=.900
 CFI=.964, RMSEA=.062

<표 IV-9> 연구모형의 적합도

적합도 평가지수	평가지수	적합기준치 양호/수용가능	초기모형 추정치	최종모형 추정치	비고
절대적합지수	χ^2	$p. \geq 0.05$	$\chi^2_{0.05}(843) = 6623.4$	$\chi^2_{0.05}(273) = 1025.0$	-
	$\chi^2/d.f.$	$\leq 3/5$	7.857	3.755	△
	RMR	$\leq 0.08/0.1$	0.312	0.097	△
	SRMR	≤ 0.05	0.140	0.045	○
	RMSEA	≤ 0.08	0.097	0.062	○
	GFI	≥ 0.9	0.575	0.900	○
	AGFI	≥ 0.9	0.523	0.871	○
증분적합지수	NFI	≥ 0.9	0.831	0.952	○
	RFI	≥ 0.9	0.819	0.942	○
	TLI	≥ 0.9	0.838	0.957	○
	CFI	≥ 0.9	0.849	0.964	○
	IFI	≥ 0.9	0.849	0.964	○
간접적합지수	PGFI	≥ 0.6	0.512	0.700	○
	PNFI	≥ 0.5	0.776	0.799	○
	PCFI	≥ 0.5	0.793	0.810	○

주) - 수용보류, △ 수용가능 ○ 양호



2) 가설검증

(1) 로하스제품에 대한 신념체계와 계획행동이론의 구성요소간의 관계

가설1은 로하스제품에 있어서도 신념체계가 계획 행동이론의 구성요소에 영향을 미치는지 검증하기 위한 것이며, 분석결과, <표 IV-10>에 나타난 바와 같이 행동적 신념체계(ξ2)가 로하스행동에 대한 태도(η1)에 미치는 영향(CR=14.848, $p.<0.01$)은 통계적으로 유의하며, 주관적 규범(ξ3)이 윤리적 규범(η2)에 미치는 영향(CR=15.474, $p.<0.01$), 기술적 규범(η3)에 미치는 영향(CR=4.971, $p.<0.01$) 그리고 지각된 통제(η4)에 미치는 영향(CR=5.027, $p.<0.01$) 이 유의적으로 나타났고, 또한 통제적 신념체계(ξ4)가 지각된 통제(η4)에 미치는 영향(CR=5.147, $p.<0.01$)이 유의적으로 나타났다. 또한 로하스제품에 대한 신념체계가 계획행동이론의 구성요소에 미치는 영향은 정(+)-적인 것으로 나타나 신념

체계가 강할수록 로하스행동에 대한 태도(η_1), 윤리적 규범(η_2), 기술적 규범(η_3) 그리고 지각된 통제(η_4)가 강화되는 경향을 보이고 있다.

특히 신념체계 중 행동적 신념체계($\beta=0.648$)가 로하스행동에 대한 태도(η_1)에 미치는 영향과 주관적 규범($\beta=0.617$)이 윤리적 규범(η_2)에 미치는 영향이 상대적으로 크게 나타나고 있다.

따라서 가설1_1부터 가설1_5까지 가설1 모두가 채택($p.<0.01$)되었다.

<표 IV-10> 신념체계와 계획행동이론의 구성요소간의 관계

가설	경로	경로명	비표준화		표준화	C.R.	p.
			추정치	S.E.	추정치		
H ₁₋₁	ξ2 → η1	Υ _{1 2}	0.772	0.052	0.648	14.848	0.000
H ₁₋₂	ξ3 → η2	Υ _{2 3}	0.813	0.053	0.617	15.474	0.000
H ₁₋₃	ξ3 → η3	Υ _{3 3}	0.210	0.042	0.202	4.971	0.000
H ₁₋₄	ξ3 → η4	Υ _{4 3}	0.220	0.044	0.178	5.027	0.000
H ₁₋₅	ξ4 → η4	Υ _{4 4}	0.231	0.045	0.183	5.147	0.000

주) C.R. Critical Ratio, $p.<0.01$



(2) 로하스제품에 대한 지각된 품질과 계획행동이론의 구성요소간의 관계

가설2는 로하스제품에 대한 지각된 품질이 계획행동이론의 구성요소에 영향을 미치는지 검증하기 위한 것이다.

분석결과, <표 IV-11>에 나타난 바와 같이 지각된 품질(ξ1)이 로하스행동에 대한 태도(η_1)에 미치는 영향($CR=9.991$, $p.<0.01$)은 유의적으로 나타났고, 윤리적 규범(η_2)에 미치는 영향($CR=3.769$, $p.<0.01$), 기술적 규범(η_3)에 미치는 영향($CR=11.892$, $p.<0.01$) 그리고 지각된 통제(η_4)에 미치는 영향($CR=12.573$, $p.<0.01$) 모두 통계적으로 유의하였다.

이와 같이 지각된 품질이 계획행동이론의 여러 개념에 미치는 영향은 정(+)적인 것으로 나타나 지각된 품질에 대한 평균값이 높을수록 로하스행동에 대한 태도(η_1), 윤리적 규범(η_2), 기술적 규범(η_3) 그리고 지각된 통제(η_4)도 강화되는 경향을 보이고 있다.

특히 지각된 품질이 로하스행동에 대한 태도(η_1), 기술적 규범(η_3) 그리고 지각된 통제(η_4)이 미치는 영향이 상대적으로 크며, 이 중 지각된 통제(η_4)가 미치는 영향($\beta=0.496$)이 가장 크게 나타나고 있다.

따라서 가설2_1부터 가설2_4까지 연구가설2 모두가 채택($p.<0.01$)되었다.

<표 IV-11> 지각된 품질과 계획 행동이론의 구성요소간의 관계

가설	경로	경로명	비표준화		표준화	C.R.	p.
			추정치	S.E.	추정치		
H _{2_1}	$\xi_1 \rightarrow \eta_1$	$\Upsilon_{1\ 1}$	0.511	0.051	0.419	9.991	0.000
H _{2_2}	$\xi_1 \rightarrow \eta_2$	$\Upsilon_{2\ 1}$	0.167	0.044	0.139	3.769	0.000
H _{2_3}	$\xi_1 \rightarrow \eta_3$	$\Upsilon_{3\ 1}$	0.395	0.033	0.417	11.892	0.000
H _{2_4}	$\xi_1 \rightarrow \eta_4$	$\Upsilon_{4\ 1}$	0.558	0.044	0.496	12.573	0.000

주) C.R. Critical Ratio, $p.<0.01$

(3) 로하스제품에 대한 계획행동이론의 구성요소와 구매 의도 간의 관계



가설3은 로하스제품에 대한 계획행동이론의 구성요소들이 후행변수인 구매 의도에 영향을 미치는지 검증하기 위한 것이다.

분석결과, <표 IV-12>에 나타난 바와 같이 로하스행동에 대한 태도(η_1)가 구매의도(η_5)에 미치는 영향($CR=12.556$, $p.<0.01$)은 유의적이었고, 윤리적 규범(η_2)의 영향($CR=1.649$, $p.<0.1$)은 $\alpha = 0.05$ 수준에서 유의적이지 못하였으며, 기술적 규범(η_3)의 영향($CR=9.812$, $p.<0.01$)과 지각된 통제(η_4)의 영향($CR=2.298$, $p.<0.05$)은 유의적으로 나타났다.

이와 같이 로하스제품에 있어 윤리적 규범(η_2)이 구매 의도에 미치는 직접적인 영향은 통계적으로 유의하지 않지만 로하스행동에 대한 태도(η_1), 윤리적 규범(η_2), 기술적 규범(η_3) 그리고 지각된 통제(η_4)가 구매 의도에 미치는 영향은 모두 정(+)적인 것으로 나타났고, 따라서 로하스행동에 대한 태도(η_1), 윤리적 규범(η_2), 기술적 규범(η_3) 그리고 지각된 통제(η_4)가 강화될수록 구매 의도도 강화되는 경향을 보이는 것으로 볼 수 있다.

특히 로하스행동에 대한 태도($\beta=0.442$)와 기술적 규범($\beta=0.446$)이 구매 의도(η_5)에 미치는 영향이 윤리적 규범이나 지각된 통제가 미치는 영향보다 상대적으로 크게 나타나고 있다.

따라서 가설3_1($p.<0.01$), 가설3_3($p.<0.01$) 그리고 가설4_4($p.<0.05$)는 채택되고 가설3_2는 기각되었다.

<표 IV-12> 계획행동이론의 구성요소와 구매 의도 간의 관계

가설	경로	경로명	비표준화		표준화	C.R.	p.
			추정치	S.E.	추정치		
H ₃₋₁	$\eta_1 \rightarrow \eta_5$	β_{51}	0.368	0.029	0.442	12.556	0.000
H ₃₋₂	$\eta_2 \rightarrow \eta_5$	β_{52}	0.051	0.031	0.061	1.649	0.099
H ₃₋₃	$\eta_3 \rightarrow \eta_5$	β_{53}	0.477	0.049	0.446	9.812	0.000
H ₃₋₄	$\eta_4 \rightarrow \eta_5$	β_{54}	0.067	0.029	0.075	2.298	0.022

주) C.R. Critical Ratio, $p.<0.05$

(4) 로하스제품에 대한 계획행동이론의 구성요소 간의 관계

가설4는 로하스제품에 대한 계획행동이론의 구성요소 중 윤리적 규범(η_2)이 로하스행동에 대한 태도(η_1)와 기술적 규범(η_3)에 영향을 미치는지 검증하기 위한 것이다.

분석결과, <표 IV-13>에 나타난 바와 같이 윤리적 규범(η_2)이 로하스행동에 대한 태도(η_1)에 미치는 영향($CR=10.108$, $p.<0.01$)과 기술적 규범(η_3)에 미치는 영향($CR=83.694$, $p.<0.01$)이 유의적으로 나타났다.

특히 로하스제품에 있어 윤리적 규범(η_2)은 로하스제품에 대한 행동에 대한 태도(η_1)와는 부(-)적인 관계를 보이고 있는데, 이는 윤리적 규범의 강도가 높으면, 행동에 대한 태도에 대한 강도는 약화되고, 반대로 윤리적 규범의 강도가 낮으면 행동에 대한 태도에 대한 강도는 강화되는 경향을 보이고 있다. 그러나 기술적 규범(η_3)에 대해서는 윤리적 규범의 강도가 높으면 기술적 규범의 강도도 강화되는 것으로 볼 수 있다.

윤리적 규범은 로하스제품에 대한 행동에 대한 태도(η_1)에 미치는 영향보다 기술적 규범(η_3)에 미치는 영향($\beta=0.344$)이 더 크게 나타나고 있다.

따라서 가설4_1과 가설4_2 모두 채택($p.<0.01$)되었다.

<표 IV-13> 윤리적 규범과 행동에 대한 태도 및 기술적 규범 간의 관계

가설	경로	경로명	비표준화		표준화	C.R.	p.
			추정치	S.E.	추정치		
H ₄₋₁	$\eta_2 \rightarrow \eta_1$	β_{12}	-0.255	0.025	-0.251	-10.108	0.000
H ₄₋₂	$\eta_2 \rightarrow \eta_3$	β_{32}	0.271	0.031	0.344	8.694	0.000

주) C.R. Critical Ratio, $p.<0.01$

(5) 계획행동의 구성요소 간의 영향관계에서 인구 통계적 특성의 조절역할

모델이 다른 표본에서도 재현될 수 있는 정도를 검토하는 것을 교차타당성분석(MCFA: Multi-sample Confirmatory Factor Analysis)이라 하며, 더불어 AMOS에서 제공하는 교차타당성지수(CVI, cross-validation index)는 분석된 표본에서의 적합공분산행렬과 동일한 표본크기의 다른 표본으로부터 얻을 수 있는 기대된 공분산행렬 사이의 불일치를 측정하는 것으로 가장 적은 지수를 갖는 모델이 가장 안정적이다(배병렬, 2009). 이와 같이 서로 다른 집단에 모형의 형태, 요인계수, 공분산, 오차분산 등에 대해 동일한 속성을 측정하고 있는가(배병렬, 2009)를 검토하기 위한 개념이 측정동일성(measurement equivalence)이다. 예를 들어 모집단으로부터 추출한 남성표본에서 얻은 결과가 같은 모집단으로부터 추출한 여성표본에서 얻은 결과와 동일한지 검증하기 위해 교차타당성을 검증하는 것이다. 교차타당성이 확보되었다는 의미는 응답자들이 측정도구에 대해 동등하게 인식하고 있다는 것을 보여주는 것이다.

이하에서는 성별이나 연령 등 인구 통계적 특성 등의 변수가 계획행동이론 확장모형의 개념 간의 영향관계에서 조절역할을 하는지 파악하기 위해 여기에 이용되는 집단들이 측정도구인 설문에 대해 측정동일성이 있는지 교차타당성분석을 통해 검토한다.

<표 IV-14>는 제약을 가하지 않은 비 제약모형(A: Unconstrained Model)과 등가제약을 한 측정가중치모형(B; Measurement weights)에 대하여 초기모형과 최종모형간의 인구 통계적 특성변수별 교차타당성 분석결과를 보여주고 있다.

먼저 초기모형을 보면 성별(p<0.05)과 연령(p<0.1)별 집단 간의 경로별 등가 제약 전후에 적합도 변화량이 보이고 있어 교차타당성이 확보되지 않았다. 반면 최종모형에서는 성별, 연령, 학력, 소득, 직업 등의 모든 비교집단에서 비 제약모형에 측정가중치가 동일하다는 제약이후에도 모형의 적합도가 악화되지 않고 있어 대안모델의 교차타당성이 확보된 것을 확인할 수 있다. 특히 기대되는 교차타당성지수(ECVI)는 비 제약모형에서보다 제약모형에서 더 낮게 나타나며, 초기모형보다는 최종모형에서 현저히 낮게 나타나 타당성이 개선되어 있음을 보여주고 이는 초기모형보다는 최종모형의 타당성이 더 좋은 모델이라고 할 수 있다. 따라서 이후의 인구 통계적 특성이 TPB모형 개념 간의 영향관계에서 보여주는 조절 효과를 분석하는데 타당하다는 것을 보여준다.

<표 IV-14> 교차타당성 분석결과

구분	Model	χ^2	df	p.	RMSEA	ECVI	MCFA분석			
							df	$\Delta\chi^2$	p.	
성별	초기모형	A	6222.9	1408	0.000	0.069	9.236	31	58.3	0.002
		B	6281.2	1439	0.000	0.068	9.231			
	최종모형	A	1349.2	516	0.000	0.047	2.377	17	11.9	0.806
		B	1361.1	533	0.000	0.046	2.347			
연령	초기모형	A	8720.7	2816	0.000	0.054	13.364	93	111.9	0.088
		B	8832.7	2909	0.000	0.053	13.261			
	최종모형	A	2174.4	1032	0.000	0.039	4.042	51	50.1	0.509
		B	2224.5	1083	0.000	0.038	3.970			
학력	초기모형	A	7304.5	2112	0.000	0.058	11.066	62	68.5	0.266
		B	7373.0	2174	0.000	0.058	10.989			
	최종모형	A	1701.5	774	0.000	0.041	3.125	34	36.4	0.358
		B	1737.9	808	0.000	0.040	3.081			
소득	초기모형	A	8505.4	2816	0.000	0.053	13.066	93	81.4	0.798
		B	8586.8	2909	0.000	0.052	12.921			
	최종모형	A	2189.4	1032	0.000	0.039	4.063	51	46.2	0.663
		B	2235.7	1083	0.000	0.038	3.986			
직업	초기모형	A	10151.7	3520	0.000	0.051	15.689	124	95.4	0.973
		B	10247.1	3644	0.000	0.050	15.477			
	최종모형	A	2637.4	1290	0.000	0.038	4.948	68	54.6	0.880
		B	2692.0	1358	0.000	0.037	4.835			

A: Unconstrained(비 제약모형)
 B: Measurement weights(요인 부하량 등가제약모형)

조절효과는 선행변수(antecedent)와 후행변수(consequence)의 관계강도나 관계방향에 제3의 변수가 영향을 미치는 것을 말하며, 이를 검증하는 방법은 Z검증 통계량을 이용하는 개별모수의 차이검증과 χ^2 변화량을 참조하여 모형간 유의적인 우수모형을 구별하는 χ^2_{df} 검증이 있다(김대업, 2008). 전자는 추정모수들간의 Z검증통계량을 특정 유의수준(p.=0.05 또는 p.=0.01)에서 비교하며, 반면 후자는 추정모수를 비교하고자 하는 조절변수의 집단간 경로를 동일한 값으로 제약한 경우와 자유롭게 추정할 수 있도록 한 모형간의 추정공분산행렬이 같은 지 검증하는 것이다.

AMOS에서 비메트릭 변수의 조절효과는 조절효과를 파악하고자 하는 경로의 모수차이나 모델간 자유도 대비 χ^2 값의 변화정도를 통해 분석할 수 있는데, 로하스 행동에 대한 태도 등의 1차 종속변수와 최종 결과변인인 구매 의도 간의 경로에 대해 인구 통계적 특성별 집단에 따라 각각 경로계수가 동일한 경우와 그렇지 않은 경우를 각각 설정한 후 경로별로 인구 통계적 특성변수의 집단별 CR(Critical Ratio)값과 모델간 χ^2 차이 값을 산출하였다. 특히 소득, 연령, 직업 및 학력 등 2개 집단 이상의 인구 통계적 특성변수에 대해서 경로계수가 모두 동일한 값으로 제한한 결과 일부 집단에서 유의적인 차이가 나타나거나 전체집단에서 유의적 차이가 있는 경우를 구분하기 위하여 t분포 표의 임계 치에 대응하는 CR값을 참조하였다. 즉 $\alpha=0.05$ 수준에서는 ± 1.96 보다 크거나 $\alpha=0.01$ 수준에서는 ± 2.58 보다 크면 유의적인 것으로 판단하였다.

먼저 가설5의 첫 번째는 로하스행동에 대한 태도와 구매 의도간 관계에서의 인구 통계적 특성이 조절역할을 하는지 검증하기 위한 분석이며, <표 IV-15>는 인구 통계적 특성변수들이 로하스행동에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향 관계에서 조절효과 역할을 하는지 정리한 결과이다. 표에 나타난 바와 같이 소득(p.<0.05) 등 일부 인구 통계적 특성에서 조절역할을 하는 징후가 상당히 나타나고 있다. 로하스 제품과 다른 표본을 대상으로 한 선행연구에서는 인구 통계적 특성이 미치는 영향은 부분적으로 나타나거나 관련선행연구가 부족한 것으로 파악되고 있는데, 이는 조절효과를 파악하기 위한 경로비교에서 2개 이상의 경로를 동시에, 또는 공분산행렬원소들을 전체적으로 비교하기 때문에 조절효과가

명확히 표출되지 않은 것으로 추정된다. 따라서 다수의 경로비교를 경로별 제약, 비제약 모형으로 바꾸고 또한 개별경로에 대한 Z검증통계량을 검토할 필요가 있다.

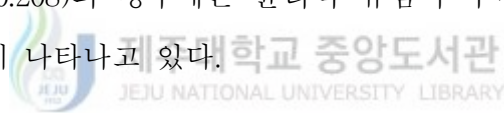
먼저 로하스행동에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향에 대해 성별 집단 간에 관계의 변화를 보이지 않았다. 이러한 결과는 χ^2 변화량 및 z검증 통계량에서도 동일하게 나타났다. 그러나 인구 통계적 특성 중 소득별 집단 간에는 로하스행동에 대한 태도와 구매 의도간의 영향관계에서 χ^2 변화량도 유의적($p < 0.05$)이었고, z검증통계량도 $\alpha = 0.05$ 수준에서 유의적이었다. 즉, 월평균 가계소득이 100만원 미만인 응답자와 100-300만원 미만, 300-500만원 미만 그리고 500만원 이상인 집단의 로하스행동에 대한 태도와 구매 의도간의 경로계수가 유의적인 차이($CR > 1.96$)를 보였다. 즉, 100만 원 미만인 응답자들($\beta_{51} = 0.754$)이 300만 원 미만($\beta_{51} = 0.436$), 500만 원 미만($\beta_{51} = 0.375$) 그리고 500만 원 이상($\beta_{51} = 0.281$)의 응답자들보다 로하스행동에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향이 더 강하게 나타났다. 연령별 조절효과를 보면 전반적인 조절효과($(\Delta\chi_{0.05}^2(3) = 5.355) < (\chi_{0.05}^2(1) = 3.84)$)는 나타나지 않지만 30, 40대와 50대 이상의 집단 간에는 로하스행동에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향의 관계강도가 다르게 나타났다. 즉, 30대($\beta_{51} = 0.503$), 40대($\beta_{51} = 0.428$)는 50대 이상($\beta_{51} = 0.274$)의 응답자들보다 로하스행동에 대한 태도가 구매의도에 미치는 영향이 더 크게 나타났다. 직업별로는 자영업자($\beta_{51} = 0.192$)와 급여생활자($\beta_{51} = 0.514$)간 로하스행동에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향이 다르게 나타났는데, 자영업자보다는 급여생활자가 로하스행동에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향강도가 크게 나타났다. 학력의 조절역할을 보면, 대학재학 및 대졸($\beta_{51} = 0.507$) 응답집단과 대학원 이상($\beta_{51} = 0.289$)의 집단 간 로하스행동에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향이 다르게 나타났는데, 대학재학 및 대졸 응답집단이 대학원 이상이라고 답한 집단보다 로하스 대한 행동태도와 구매 의도 간 영향강도가 더 크게 나타났다.

<표 IV-15> 로하스행동에 대한 태도와 구매 의도 간의 관계에서의 인구 통계적 특성의 조절역할

구 분		RW	S.E.	SRW	C.R.	p.
성별	남성	0.368	0.045	0.424	8.208	0.000
	여성	0.365	0.040	0.456	9.319	0.000
소득	100만원미만	0.677	0.119	0.754	5.727	0.000
	100-300만원 미만	0.362	0.053	0.436	6.829	0.000
	300-500만원 미만	0.361	0.050	0.475	7.258	0.000
	500만원 이상	0.291	0.059	0.288	4.940	0.000
연령	20대	0.425	0.102	0.456	4.187	0.000
	30대	0.404	0.054	0.503	7.599	0.000
	40대	0.369	0.049	0.428	7.621	0.000
	50대이상	0.214	0.059	0.274	3.621	0.000
직업	자영업자	0.178	0.091	0.192	1.951	0.051
	급여생활자	0.418	0.045	0.514	9.368	0.000
	전문직	0.263	0.069	0.296	3.826	0.000
	주부	0.348	0.072	0.472	4.849	0.000
	기타학생	0.342	0.076	0.404	4.517	0.000
학력	고졸	0.371	0.059	0.433	6.379	0.000
	대재/대졸	0.407	0.043	0.507	9.578	0.000
	대학원이상	0.256	0.059	0.289	4.397	0.000

		개별모수검정(CR)				χ^2 검증-		
		A	B	C	D	$\Delta\chi^2$	p.	
성별	(A)남성	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(1)=$	0.966	
	(B)여성	-0.046	-	-	-			0.002
소득	(A)100만원미만	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(3)=$	0.025	
	(B)100-300만원 미만	-2.433	-	-	-			9.341
	(C)300-500만원 미만	-2.461	-0.006	-	-			
	(D)500만원 이상	-2.924	-0.895	-0.914	-			
연령	(A)20대	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(3)=$	0.148	
	(B)30대	-0.186	-	-	-			5.355
	(C)40대	-0.494	-0.477	-	-			
	(D)50대이상	-1.798	-2.390	-2.037	-			
직업	(A)자영업자	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(4)=$	0.190	
	(B)급여생활자	2.373	-	-	-			6.132
	(C)전문직	0.752	-1.886	-	-			
	(D)주부	1.476	-0.818	0.858	-			
	(E)기타학생	1.392	-0.859	0.773	-0.060			
학력	(A)고졸	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	0.167	
	(B)대재/대졸	0.501	-	-	-			3.574
	(C)대학원이상	-1.400	-2.099	-	-			

<표 IV-16>은 윤리적 규범이 구매 의도에 미치는 영향관계에서 인구 통계적 특성변수들이 조절효과 역할을 하는지 정리한 결과이다. 표에 나타난 바와 같이 소득과 학력이 조절역할을 한다는 증거는 보여주지 못하고 있다. 반면 성별은 윤리적 규범과 구매 의도 간의 영향관계에서 적합도의 변화량이 감지되었다. 즉, 성별 집단 간에 윤리적 규범과 구매 의도간의 영향관계에서 χ^2 변화량은 $\chi_{0.05}^2(1)=4.078$ 로 유의적($p<0.05$)이었고, z검증통계량도 $\alpha=0.05$ 수준에서 유의적($CR>1.96$)이었다. 즉, 남성 응답자와 여성응답자간 윤리적 규범이 구매 의도에 미치는 영향의 경로계수가 유의적인 차이($CR>1.96$)를 보이는데, 남성($\beta_{52}=0.139$)이 여성($\beta_{52}=-0.008$)보다 윤리적 규범이 구매 의도에 미치는 영향이 더 강하게 나타났고, 여성은 약하기는 하지만 부적으로 나타났다. 또한 연령별 조절효과에서는 전반적인 조절효과($(\Delta\chi_{0.05}^2(3)=6.669)<(\chi_{0.05}^2(1)=3.84)$)는 $\alpha=0.1$ 수준에서 유의한데, 특히 자영업자와 주부 및 학생간 경로에서 부분적으로 유의적 조절역할을 하고 있다. 즉, 자영업($\beta_{52}=-0.146$)은 관계방향이 부적인데 반해 주부($\beta_{52}=0.146$)나 기타 학생($\beta_{52}=0.208$)의 경우에는 윤리적 규범이 구매 의도에 미치는 영향이 정적이거나 더 크게 나타나고 있다.



<표 IV-16> 윤리적 규범과 구매의도 간의 관계에서의 인구통계적 특성의 조절역할

구 분		RW	S.E.	SRW	C.R.	p.	
성별	남성	0.125	0.051	0.139	2.479	0.013	
	여성	-0.006	0.041	-0.008	-0.144	0.886	
소득	100만원미만	0.198	0.091	0.240	2.180	0.029	
	100-300만원 미만	0.019	0.072	0.020	0.265	0.792	
	300-500만원 미만	0.028	0.049	0.034	0.569	0.569	
	500만원 이상	0.049	0.055	0.061	0.890	0.374	
연령	20대	0.330	0.127	0.328	2.608	0.009	
	30대	-0.035	0.059	-0.040	-0.589	0.556	
	40대	0.043	0.050	0.050	0.863	0.389	
	50대이상	0.082	0.058	0.112	1.436	0.151	
직업	자영업자	-0.120	0.083	-0.146	-1.443	0.149	
	급여생활자	0.047	0.050	0.057	0.947	0.344	
	전문직	0.008	0.065	0.010	0.123	0.903	
	주부	0.112	0.066	0.146	1.700	0.089	
	기타학생	0.191	0.099	0.208	1.929	0.054	
학력	고졸	0.126	0.062	0.132	2.040	0.041	
	대재/대졸	0.072	0.047	0.088	1.519	0.129	
	대학원이상	-0.030	0.056	-0.040	-0.528	0.598	
개별모수검정(CR)						χ^2 검증	
		A	B	C	D	$\Delta\chi^2$	p.
성별	(A)남성	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(1)=$	0.043
	(B)여성	-2.023	-	-	-	4.078	
소득	(A)100만원미만	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(3)=$	0.367
	(B)100-300만원 미만	-1.545	-	-	-	3.164	
	(C)300-500만원 미만	-1.660	0.097	-	-		
	(D)500만원 이상	-1.417	0.324	0.287	-		
연령	(A)20대	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(3)=$	0.083
	(B)30대	-2.613	-	-	-	6.669	
	(C)40대	-2.115	1.006	-	-		
	(D)50대이상	-1.785	1.423	0.522	-		
직업	(A)자영업자	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(4)=$	0.121
	(B)급여생활자	1.723	-	-	-	7.302	
	(C)전문직	1.210	-0.476	-	-		
	(D)주부	2.186	0.788	1.123	-		
	(E)기타학생	2.404	1.302	1.546	0.668		
학력	(A)고졸	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	0.169
	(B)대재/대졸	-0.705	-	-	-	3.551	
	(C)대학원이상	-1.871	-1.385	-	-		

<표 IV-17>은 기술적 규범이 구매 의도에 미치는 영향관계에서 인구 통계적 특성변수들이 조절효과 역할을 하는지 정리한 결과이다. 표에 나타난 바와 같이 소득($p.<0.1$)과 학력($p.<0.05$)에서 상당한 조절효과를 보여주고, 연령 및 직업에서는 부분적으로 나타나며, 성별은 조절역할을 하지 않는 것으로 나타났다.

구체적으로 보면, 소득의 경우, 소득이 증가할수록 기술적 규범이 구매 의도에 미치는 영향은 커지는 경향을 보이는데, 100만 원 미만($\beta_{53}=0.150$) 응답자보다 300만 원 미만($\beta_{53}=0.482$) 및 500만 원 이상($\beta_{53}=0.574$)의 응답자의 경우에 기술적 규범이 구매 의도에 미치는 영향이 더 컸다. 학력의 경우에는 대학원이상($\beta_{53}=0.697$)이 대학재학 및 대졸($\beta_{53}=0.348$)보다 기술적 규범이 구매 의도에 미치는 영향이 더 크게 나타났다. 한편 연령의 경우에는 20대($\beta_{53}=0.151$)보다 50대 이상($\beta_{53}=0.614$)에서 기술적 규범이 구매 의도에 미치는 영향이 크게 나타났다.



<표 IV-17> 기술적 규범과 구매의도 간의 관계에서의 인구통계적 특성의 조절역할

구 분		RW	S.E.	SRW	C.R.	p.	
성별	남성	0.405	0.073	0.361	5.566	0.000	
	여성	0.541	0.068	0.521	8.063	0.000	
소득	100만원미만	0.159	0.131	0.150	1.213	0.225	
	100-300만원 미만	0.542	0.096	0.482	5.662	0.000	
	300-500만원 미만	0.442	0.091	0.423	4.873	0.000	
	500만원 이상	0.603	0.086	0.574	7.053	0.000	
연령	20대	0.173	0.152	0.151	1.141	0.254	
	30대	0.499	0.094	0.450	5.327	0.000	
	40대	0.448	0.070	0.449	6.472	0.000	
	50대이상	0.684	0.125	0.614	5.466	0.000	
직업	자영업자	0.789	0.173	0.673	4.581	0.000	
	급여생활자	0.437	0.079	0.393	5.531	0.000	
	전문직	0.615	0.103	0.611	6.016	0.000	
	주부	0.361	0.094	0.397	3.841	0.000	
	기타학생	0.413	0.136	0.384	3.035	0.002	
학력	고졸	0.492	0.095	0.413	5.213	0.000	
	대재/대졸	0.372	0.076	0.348	4.950	0.000	
	대학원이상	0.696	0.096	0.697	7.288	0.000	
		개별모수검정(CR)				χ^2 검증	
		A	B	C	D	$\Delta\chi^2$	p.
성별	(A)남성	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(1)=$	0.170
	(B)여성	1.376	-	-	-	1.880	
소득	(A)100만원미만	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(3)=$	0.077
	(B)100-300만원 미만	2.362	-	-	-	6.859	
	(C)300-500만원 미만	1.780	-0.755	-	-		
	(D)500만원 이상	2.844	0.481	1.293	-		
연령	(A)20대	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(3)=$	0.104
	(B)30대	1.833	-	-	-	6.153	
	(C)40대	1.654	-0.438	-	-		
	(D)50대이상	2.601	1.180	1.647	-		
직업	(A)자영업자	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(4)=$	0.131
	(B)급여생활자	-1.859	-	-	-	7.096	
	(C)전문직	-0.870	1.379	-	-		
	(D)주부	-2.183	-0.619	-1.830	-		
	(E)기타학생	-1.716	-0.154	-1.190	0.313		
학력	(A)고졸	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	0.029
	(B)대재/대졸	-0.997	-	-	-	7.109	
	(C)대학원이상	1.515	2.665	-	-		

<표 IV-18>은 지각된 통제가 구매 의도에 미치는 영향관계에서 인구 통계적 특성변수들이 조절효과 역할을 하는지 정리한 결과이다. 표에 나타난 바와 같이 직업($p < 0.01$)에서 조절효과를 보여주고, 소득에서 부분적인 조절역할을 하며, 성별, 연령 및 학력은 조절효과가 나타나지 않는 것으로 나타났다. 구체적으로 보면, 직업의 경우 자영업자($\beta_{54} = 0.372$)가 여타 직종의 응답자들보다 지각된 통제가 구매의도에 미치는 영향정도가 강하게 나타났다. 또한 소득의 경우에는 월평균 가계소득 500만 원 이상의 집단($\beta_{54} = 0.187$)이 100만 원 미만($\beta_{54} = -0.043$)과 300만 원 미만($\beta_{54} = 0.016$)보다 지각된 통제가 구매 의도에 미치는 영향력이 더 큰 것으로 나타났다.

<표 IV-18> 지각된 통제와 구매의도 간의 관계에서의 인구통계적 특성의 조절역할

구 분		RW	S.E.	SRW	C.R.	p.	
성별	남성	0.109	0.049	0.113	2.246	0.025	
	여성	0.034	0.037	0.040	0.923	0.356	
소득	100만원미만	-0.043	0.084	-0.045	-0.511	0.610	
	100-300만원 미만	0.016	0.060	0.017	0.262	0.793	
	300-500만원 미만	0.087	0.048	0.104	1.827	0.068	
	500만원 이상	0.187	0.054	0.193	3.487	0.000	
연령	20대	0.070	0.079	0.070	0.876	0.381	
	30대	0.035	0.060	0.038	0.576	0.565	
	40대	0.102	0.046	0.115	2.242	0.025	
	50대이상	0.079	0.057	0.093	1.392	0.164	
직업	자영업자	0.361	0.079	0.372	4.581	0.000	
	급여생활자	0.009	0.046	0.010	0.190	0.850	
	전문직	0.090	0.071	0.096	1.280	0.201	
	주부	0.047	0.056	0.065	0.848	0.397	
	기타학생	0.079	0.075	0.089	1.049	0.294	
학력	고졸	0.040	0.062	0.044	0.647	0.518	
	대재/대졸	0.077	0.041	0.089	1.901	0.057	
	대학원이상	0.072	0.056	0.080	1.295	0.196	
		개별모수검정(CR)				χ^2 검증	
		A	B	C	D	$\Delta\chi^2$	p.
성별	(A)남성	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(1)=$	0.239
	(B)여성	-1.229	-	-	-	1.387	
소득	(A)100만원미만	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(3)=$	0.106
	(B)100-300만원 미만	0.567	-	-	-	6.122	
	(C)300-500만원 미만	1.347	0.932	-	-		
	(D)500만원 이상	2.314	2.136	1.400	-		
연령	(A)20대	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(3)=$	0.857
	(B)30대	-0.349	-	-	-	0.770	
	(C)40대	0.358	0.893	-	-		
	(D)50대이상	0.096	0.533	-0.321	-		
직업	(A)자영업자	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(4)=$	0.006
	(B)급여생활자	-3.863	-	-	-	14.457	
	(C)전문직	-2.566	0.968	-	-		
	(D)주부	-3.262	0.532	-0.482	-		
	(E)기타학생	-2.593	0.796	-0.109	0.342		
학력	(A)고졸	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	0.882
	(B)대재/대졸	0.506	-	-	-	0.251	
	(C)대학원이상	0.383	-0.082	-	-		

(6) 계획행동이론의 구성요소 간의 영향관계에서 로하스 구매 행태의 조절역할

<표 IV-19>는 제약을 가하지 않은 비 제약모형(A: Unconstrained Model)과
 등가제약을 한 측정가중치모형(B; Measurement weights)에 대하여 초기모형과
 최종모형간의 구매 행태변수별 교차타당성 분석결과를 보여주고 있다.

먼저 초기모형을 보면 구매빈도($p>0.05$)와 로하스에 대한 정보원천($p<0.1$)별
 집단간 경로별 등가제약 전후에 적합도의 변화량이 일부 보이고 있는데, 정보원
 천의 경우 교차타당성이 확보되지 않았다. 반면 최종모형에서 정보원천은 비 제
 약모형에 측정가중치가 동일하다는 제약이후에도 모형의 적합도가 악화되지 않
 고 있어 대안모델의 교차타당성이 확보된 것을 확인할 수 있고, 구매 빈도의 초
 기모형 대비 최종모형의 기대되는 교차타당성지수(ECVI)는 비 제약모형은
 11.255에서 3.318로, 요인 부하 량 등가제약모형에서는 11.187에서 3.318로 각각
 줄어들어 최종모형의 타당성이 개선되었음을 볼 수 있다. 따라서 초기모형보다는
 최종모형의 타당성이 더 좋은 모델이라고 할 수 있으며, 로하스 제품관련 구매
 행태변수들이 계획행동이론 개념 간의 영향관계에서 보여주는 조절효과를 분석할
 수 있음을 보여준다.

<표 IV-19> 교차타당성 분석결과

구분	Model	χ^2	df	p.	RMSEA	ECVI	MCFA분석			
							df	$\Delta\chi^2$	p.	
구매 빈도	초기 모형	A	7441.1	2112	0.000	0.059	11.255	62	75.3	0.120
		B	7516.4	2174	0.000	0.058	11.187			
	최종 모형	A	1840.8	774	0.000	0.044	3.318	34	38.4	0.278
		B	1879.2	808	0.000	0.043	3.277			
정보 원천	초기 모형	A	7220.4	2112	0.000	0.058	10.949	62	77.0	0.095
		B	7297.4	2174	0.000	0.057	10.884			
	최종 모형	A	1738.3	774	0.000	0.042	3.176	34	38.7	0.266
		B	1777.0	808	0.000	0.041	3.136			

A: Unconstrained(비 제약모형)
 B: Measurement weights(요인부하량 등가제약모형)

<표 IV-20>은 가설6의 로하스행동에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향 관계에서 구매 행태변수들이 조절효과 역할을 하는지 정리한 결과이다. 표에 나타난 바와 같이 구매 빈도가 조절효과를 보여주는 증거는 나타나지 않았지만 로하스에 대한 정보원천(p.<0.05)은 조절역할을 하고 있는 것으로 나타났다.

구체적으로 보면, 정보를 얻는 매체가 대중매체($\beta_{51}=0.533$)인 경우가 인적경로($\beta_{51}=0.340$)인 경우보다 구매의도에 미치는 로하스행동에 대한 태도의 영향이 더 크게 나타났다.

<표 IV-20> 로하스행동에 대한 태도와 구매의도 간의 관계에서의 구매행태의 조절역할

구 분		RW	S.E.	SRW	C.R.	p.
구매빈도	1회이하	0.283	0.044	0.391	6.450	0.000
	5회이하	0.399	0.042	0.467	9.556	0.000
	6회이상	0.437	0.092	0.461	4.778	0.000
정보원천	대중매체	0.448	0.050	0.533	9.087	0.000
	온라인매체	0.437	0.065	0.518	6.766	0.000
	인적경로	0.269	0.042	0.340	6.503	0.000
개별모수검정(CR)			χ^2 검증			
		A	B	C	$\Delta\chi^2$	p.
구매빈도	(A)1회이하	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(2)=$	0.138
	(B)5회이하	1.929	-	-	3.967	
	(C)6회이상	1.520	0.371	-	-	
정보원천	(A)대중매체	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(2)=$	0.016
	(B)온라인매체	-0.138	-	-	8.232	
	(C)인적경로	-2.788	-2.193	-	-	

윤리적 규범이 구매 의도에 미치는 영향관계에서 구매 행태변수들이 조절효과 역할을 하는지 정리한 결과 <표 IV-21>에 나타나 바와 같다. 표에 나타난 바와 같이 구매빈도(p.=0.219)나 로하스에 대한 정보원천(p.=0.203)이 모수의 통계

량수준 뿐만 아니라 χ^2 변화량에서 적합도의 변화가 나타나지 않아 조절효과를 보여주는 증거는 보이지 않았다.

<표 IV-21> 윤리적 규범과 구매의도 간의 관계에서의 구매행태의 조절역할

구 분		RW	S.E.	SRW	C.R.	p.
구매빈도	1회 이하	0.012	0.052	0.016	0.221	0.825
	5회 이하	0.049	0.040	0.058	1.229	0.219
	6회 이상	0.205	0.097	0.214	2.106	0.035
정보원천	대중매체	0.112	0.058	0.130	1.945	0.052
	온라인매체	0.100	0.059	0.128	1.706	0.088
	인적경로	-0.002	0.045	-0.002	-0.032	0.975

		개별모수검정(CR)				χ^2 검증	
		A	B	C	D	$\Delta\chi^2$	p.
구매 빈도	(A)1회 이하	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	0.219
	(B)5회 이하	0.581	-	-	-	3.041	
	(C)6회 이상	1.758	1.480	-	-		
정보 원천	(A)대중매체	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	0.203
	(B)온라인매체	-0.153	-	-	-	3.188	
	(C)인적경로	-1.562	-1.378	-	-		

기술적 규범이 구매 의도에 미치는 영향관계에서 구매행태변수들이 조절효과 역할을 하는지 정리한 결과 <표 IV-22>에 나타나 바와 같이 구매 빈도가 조절효과를 보이는 징후는 보이지 않았지만 로하스에 대한 정보원천이 조절효과를 보이는 모수의 통계량은 일부 나타났다. 즉 로하스에 대한 정보원천의 경우 인적경로($\beta_{53}=0.547$)가 온라인매체($\beta_{53}=0.332$)의 경우보다 기술적 규범이 구매 의도에 미치는 영향이 더 강하게 나타났다.

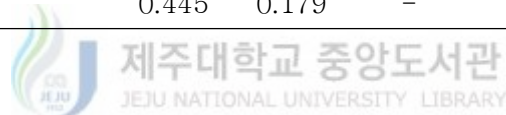
<표 IV-22> 기술적 규범과 구매의도 간의 관계에서의 구매행태의 조절역할

구분		RW	S.E.	SRW	C.R.	p.	
구매빈도	1회 이하	0.550	0.087	0.571	6.375	0.000	
	5회 이하	0.425	0.061	0.395	7.053	0.000	
	6회 이상	0.375	0.139	0.320	2.715	0.007	
정보원천	대중매체	0.445	0.089	0.404	5.015	0.000	
	온라인매체	0.338	0.087	0.332	3.883	0.000	
	인적경로	0.565	0.074	0.547	7.686	0.000	
		개별모수검정(CR)				χ^2 검증	
		A	B	C	D	$\Delta\chi^2$	p.
구매빈도	(A)1회 이하	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	0.392
	(B)5회 이하	-1.193	-	-	-	1.871	
	(C)6회 이상	-1.073	-0.327	-	-		
정보원천	(A)대중매체	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	0.132
	(B)온라인매체	-0.864	-	-	-	4.043	
	(C)인적경로	1.045	2.000	-	-		

지각된 통제가 구매 의도에 미치는 영향관계에서 구매행태변수들이 조절효과역할을 하는지 정리한 결과 <표 IV-23>에 나타나 바와 같이 구매빈도가 조절효과를 보이는 징후는 일부 보였지만 로하스에 대한 정보원천이 조절효과를 보이는 증거는 나타나지 않았다. 즉 로하스제품에 대한 구매빈도의 경우 5회 이하 ($\beta_{54}=0.547$)일 때 지각된 통제가 구매 의도에 미치는 영향이 상대적으로 가장 강하게 나타났다.

<표 IV-23> 지각된 통제와 구매의도 간의 관계에서의 구매행태의 조절역할

구분		RW	S.E.	SRW	C.R.	p.
구매빈도	1회 이하	-0.044	0.046	-0.053	-0.975	0.330
	5회 이하	0.161	0.040	0.182	4.062	0.000
	6회 이상	-0.012	0.088	-0.013	-0.137	0.892
정보원천	대중매체	0.041	0.051	0.047	0.812	0.417
	온라인매체	0.056	0.066	0.062	0.858	0.391
	인적경로	0.070	0.040	0.081	1.760	0.078
		개별모수검정(CR)		χ^2 검증		
		A	B	$\Delta\chi^2$		p.
구매빈도	(A)1회 이하	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	0.003
	(B)5회 이하	3.410	-	-	11.754	
	(C)6회 이상	0.326	-1.798	-	-	
정보원천	(A)대중매체	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	0.909
	(B)온라인매체	0.181	-	-	0.191	
	(C)인적경로	0.445	0.179	-	-	



(7) 계획행동이론의 구성요소들 간의 효과분해

구조방정식모델링을 통해 잠재변수의 직접효과와 간접효과의 크기를 파악할 수 있는데, 직접효과는 하나의 독립변수가 하나의 종속변수로 곧바로 이어지는 경로상의 직접적 영향이고, 간접효과는 한 개 또는 다수의 제3의 변수를 통해 종속변수에 여러 경로를 거쳐 미치는 간접적 영향이다. 이러한 경로들의 효과합계가 총 효과이며, <표 IV-26>은 계획행동이론 모형 내 주요 개념 간의 효과관계 및 유의성을 정리하였으며, 개념간 효과에 대한 유의도는 부트스트래핑방법 중 최대우도법(Bootstrap ML) 및 편의를 보정한 BC법을 사용해 유의도를 추정하였다.

먼저 총 효과를 살펴보면 로하스행동에 대한 태도(η_1)에 가장 큰 효과를 나타내는 독립변인은 행동적 신념체계(ξ_2 ; $\beta=0.647$)이고, 윤리적 규범(η_2)에 대한 영향효과는 주관적 규범(ξ_3 ; $\beta=0.616$)이며, 기술적 규범(η_3)에 대한 영향효과는

지각된 품질(ξ_1 ; $\beta=0.465$)과 주관적 규범(ξ_3 ; $\beta=0.413$)의 총 효과가 크게 나타났다. 또한 지각된 통제(η_4)에 대한 총 효과가 가장 큰 것은 지각된 품질(ξ_1 ; $\beta=0.496$)이며, 구매의도(η_5)에 가장 큰 총 효과를 가지는 것은 기술적 규범(η_3 ; $\beta=0.446$)이고, 이어 로하스행동에 대한 태도(η_1 ; $\beta=0.442$), 지각된 품질(ξ_1 ; $\beta=0.423$) 순이다.

직접효과는 앞서 가설검증에 나타난 바와 같이 로하스행동에 대한 태도(η_1)에 대해서 행동적 신념체계(ξ_2 ; $\beta=0.647$)가, 윤리적 규범(η_2)에 대해서는 주관적 규범(ξ_3 ; $\beta=0.616$)가, 기술적 규범(η_3 ; $\beta=0.417$) 및 지각된 통제(η_4)에 대해서는 지각된 품질(ξ_1 ; $\beta=0.496$)이 가장 큰 직접적 영향을 미치고, 구매 의도(η_5)에 대한 직접적인 영향은 기술적 규범(η_3 ; $\beta=0.446$)과 로하스행동에 대한 태도(η_1 ; $\beta=0.442$)인 것으로 나타났다.

한편 간접적인 영향을 보면 로하스행동에 대한 태도에 대해서 주관적 규범(ξ_3 ; $\beta=-0.154$)이 미치는 영향이 크며, 이러한 영향은 윤리적 규범을 통해 행동의도에 부적으로 작용한다. 기술적 규범(η_3)에 대해서는 주관적 규범(ξ_3 ; $\beta=0.212$)의 영향이 가장 크고, 지각된 품질(ξ_1 ; $\beta=0.048$)의 영향도 일부 있으며, 구매 의도(η_5)에 대한 간접영향은 지각된 품질(ξ_1 ; $\beta=0.423$)이 가장 큰 간접효과를 가지고, 이어 행동적 신념체계(ξ_2 ; $\beta=0.287$)가 다음을 차지하고 있다.

따라서 가설3에서 나타난 바와 같이 윤리적 규범이 구매의도에 미치는 직접적인 영향($\beta=0.060$, $p.>0.05$)이 없는 것으로 나타난 것은 로하스행동에 대한 태도나 기술적 규범을 통해 영향을 미칠 수 있음을 보여준다. 실제로 윤리적 규범은 부적 영향이지만 행동태도에 대한 영향($\beta=-0.250$, $p.<0.01$)이 유의적이고, 행동태도가 구매 의도에 미치는 영향($\beta=0.442$, $p.<0.01$)도 유의적으로 나타나 로하스행동에 대한 태도를 통해 구매 의도에 영향을 미치고 있다. 따라서 로하스행동에 대한 태도는 윤리적 규범과 구매 의도 사이에서 매개의 역할을 하고 있고, 또한 윤리적 규범이 기술적 규범에 미치는 영향($\beta=0.343$, $p.<0.05$)이 유의적이고 기술적 규범이 구매 의도에 미치는 영향($\beta=0.446$, $p.<0.05$)이 유의적으로 나타나 윤리적 규범은 기술적 규범을 통해서도 구매 의도에 영향을 미쳐, 기술적 규범이 매개역할을 하고 있음을 알 수 있다.

<표 IV-24> 매개효과

원인 결과	ξ1	ξ2	ξ3	ξ4	η1	η2	η3	η4	
총 효 과	η1	0.384 (0.004)	0.647 (0.026)	-0.154 (0.005)	-	-	-0.25 (0.004)	-	-
	η2	0.138 (0.024)	-	0.616 (0.001)	-	-	-	-	-
	η3	0.465 (0.015)	-	0.413 (0.005)	-	-	0.343 (0.014)	-	-
	η4	0.496 (0.01)	-	0.178 (0.008)	0.182 (0.012)	-	-	-	-
	η5	0.423 (0.01)	0.286 (0.016)	0.166 (0.01)	0.013 (0.072)	0.442 (0.008)	0.103 (0.019)	0.446 (0.012)	0.074 (0.061)
직 접 효 과	η1	0.419 (0.004)	0.647 (0.026)	-	-	-	-0.25 (0.004)	-	-
	η2	0.138 (0.024)	-	0.616 (0.001)	-	-	-	-	-
	η3	0.417 (0.009)	-	0.201 (0.004)	-	-	0.343 (0.014)	-	-
	η4	0.496 (0.01)	-	0.178 (0.008)	0.182 (0.012)	-	-	-	-
	η5	-	-	-	-	0.442 (0.008)	0.06 (0.246)	0.446 (0.012)	0.074 (0.061)
간 접 효 과	η1	-0.034 (0.027)	-	-0.154 (0.005)	-	-	-	-	-
	η2	-	-	-	-	-	-	-	-
	η3	0.047 (0.033)	-	0.212 (0.008)	-	-	-	-	-
	η4	-	-	-	-	-	-	-	-
	η5	0.423 (0.01)	0.286 (0.016)	0.166 (0.01)	0.013 (0.072)	-	0.042 (0.238)	-	-

주) 경로효과는 표준화된 계수, 괄호 안은 유의도

3) 가설검증 결과의 요약

가설1의 검증 결과, 행동적 신념체계(ξ2)가 로하스행동에 대한 태도(η1)에 정적 영향(p.<0.01)을 미치며, 주관적 규범(ξ3)은 윤리적 규범(η2; p.<0.01), 기술적 규범(η3; p.<0.01) 그리고 지각된 통제(η4; p.<0.01)에 미치는 영향이 유의적이고, 또한 통제적 신념체계(ξ4)가 지각된 통제(η4)에도 정적 영향(p.<0.01)을 미친다.

가설2의 검증결과 지각된 품질(ξ1)이 로하스행동에 대한 태도(η1)에 미치는 영향(p.<0.01)이 유의적이고, 윤리적 규범(η2)에 미치는 영향(p.<0.01), 기술적 규

범(η_3)에 미치는 영향($p < 0.01$) 그리고 지각된 통제(η_4)에 미치는 영향($p < 0.01$) 이 모두 유의적이었다.

가설3의 검증결과, 로하스행동에 대한 태도(η_1)가 구매 의도(η_5)에 미치는 영향($p < 0.01$)은 유의적이지만 윤리적 규범(η_2)의 영향($p < 0.1$)은 $\alpha = 0.05$ 수준에서 유의적이지 못하였으며, 기술적 규범(η_3)의 영향($p < 0.01$)과 지각된 통제(η_4)의 영향($p < 0.05$)은 유의적이었다.

가설4의 검증결과, 윤리적 규범(η_2)이 로하스행동에 대한 태도(η_1)에 미치는 영향($p < 0.01$)과 기술적 규범(η_3)에 미치는 영향($p < 0.01$)이 유의적이었다.

<표 IV-25> 가설검증 결과(1)

가설	경로	경로명	C.R.	p.	비고
H ₁₋₁	$\xi_2 \rightarrow \eta_1$	Y12	14.848	0.000	채택
H ₁₋₂	$\xi_3 \rightarrow \eta_2$	Y23	15.474	0.000	"
H ₁₋₃	$\xi_3 \rightarrow \eta_3$	Y33	4.971	0.000	"
H ₁₋₄	$\xi_3 \rightarrow \eta_4$	Y43	5.027	0.000	"
H ₁₋₅	$\xi_4 \rightarrow \eta_4$	Y44	5.147	0.000	"
H ₂₋₁	$\xi_1 \rightarrow \eta_1$	Y11	9.991	0.000	"
H ₂₋₂	$\xi_1 \rightarrow \eta_2$	Y21	3.769	0.000	"
H ₂₋₃	$\xi_1 \rightarrow \eta_3$	Y31	11.892	0.000	"
H ₂₋₄	$\xi_1 \rightarrow \eta_4$	Y41	12.573	0.000	"
H ₃₋₁	$\eta_1 \rightarrow \eta_5$	β_{51}	12.556	0.000	"
H ₃₋₂	$\eta_2 \rightarrow \eta_5$	β_{52}	1.649	0.099	기각
H ₃₋₃	$\eta_3 \rightarrow \eta_5$	β_{53}	9.812	0.000	채택
H ₃₋₄	$\eta_4 \rightarrow \eta_5$	β_{54}	2.298	0.022	"
H ₄₋₁	$\eta_2 \rightarrow \eta_1$	β_{12}	-10.108	0.000	"
H ₄₋₂	$\eta_2 \rightarrow \eta_3$	β_{32}	8.694	0.000	"

가설5의 검증결과, 로하스행동에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향관계에서 소득($p < 0.05$) 등 일부 인구 통계적 특성에서 조절역할을 하는 증거가 일부 보인다. 인구 통계적 변수 중 성별의 조절역할은 나타나지 않았으며, 소득의 조절효과는 유의적($p < 0.05$)이었고, 연령, 직업, 학력의 조절역할은 부분적으로 나타났다. 윤리적 규범이 구매 의도에 미치는 영향관계에서는 소득과 학력이 조절역할을 한다는 증거는 보여주지 못하는 반면 성별 조절효과는 유의적($p < 0.05$)이었고, 연령($p < 0.1$)의 조절효과는 충분한 증거가 다소 미흡하였고, 기술적 규범이 구매 의도에 미치는 영향관계에서는 소득($p < 0.1$)과 학력($p < 0.05$)에서 상당한 조절

효과를 보여주고, 연령 및 직업에서는 부분적으로 나타나며, 성별은 조절역할을 하지 않았다. 한편 지각된 통제가 구매 의도에 미치는 영향관계에서는 직업 ($p.<0.01$)이 조절효과를 보여주고, 소득에서 부분적인 조절역할을 하며, 성별, 연령 및 학력은 조절효과가 나타나지 않았다.

가설6의 검증결과, 로하스행동에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향에서 구매 빈도가 조절효과를 보여주는 증거는 나타나지 않았지만 로하스에 대한 정보원천($p.<0.05$)은 조절역할을 하고 있다. 윤리적 규범이 구매의도에 미치는 영향관계에서는 구매빈도($p.>0.1$)나 로하스에 대한 정보원천($p.>0.1$)이 모두 조절효과를 보여주지 못하였다. 기술적 규범이 구매 의도에 미치는 영향관계에서는 구매 빈도가 조절효과를 보이는 징후는 나타나지 않지만 로하스에 대한 정보원천이 조절효과를 보이는 모수의 통계량은 일부 감지되었다. 반면 지각된 통제가 구매 의도에 미치는 영향관계에서는 구매 빈도가 조절효과를 보이는 징후는 일부 보였지만 로하스에 대한 정보원천이 조절효과를 보이지는 않았다.

<표 IV-26> 가설검증 결과(2)

가설	개별모수검정(CR)	χ ² 검증				비고	
		A	B	C	D		
H ₅₋₁₁ 성별	(A)남성	-	-	-	-	χ _{0.05} ² (1)= 0.966	기각
	(B)여성	-0.046	-	-	-	0.002	
H ₅₋₁₂ 소득	(A)100만원미만	-	-	-	-	χ _{0.05} ² (3)= 0.025	부분 채택
	(B)300만원 미만	-2.433	-	-	-	9.341	
	(C)500만원 미만	-2.461	-0.006	-	-		
	(D)500만원 이상	-2.924	-0.895	-0.914	-		
H ₅₋₁₃ 연령	(A)20대	-	-	-	-	χ _{0.05} ² (3)= 0.148	"
	(B)30대	-0.186	-	-	-	5.355	
	(C)40대	-0.494	-0.477	-	-		
	(D)50대이상	-1.798	-2.390	-2.037	-		
H ₅₋₁₄ 직업	(A)자영업자	-	-	-	-	χ _{0.05} ² (4)= 0.190	"
	(B)급여생활자	2.373	-	-	-	6.132	
	(C)전문직	0.752	-1.886	-	-		
	(D)주부	1.476	-0.818	0.858	-		
	(E)기타학생	1.392	-0.859	0.773	-0.060		
H ₅₋₁₅ 학력	(A)고졸	-	-	-	-	χ _{0.05} ² (2)= 0.167	"
	(B)대재/대졸	0.501	-	-	-	3.574	
	(C)대학원 이상	-1.400	-2.099	-	-		

<표 IV-27> 가설검증 결과(3)

가설	개별모수검정(CR)				χ^2 검증		비고
	A	B	C	D	$\Delta\chi^2$	p.	
H ₅₋₂₁ 성별	(A)남성	-	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(1)=$	채택
	(B)여성	-2.023	-	-	-	4.078	
H ₅₋₂₂ 소득	(A)100만원미만	-	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(3)=$	기각
	(B)300만원미만	-1.545	-	-	-	3.164	
	(C)500만원미만	-1.660	0.097	-	-		
	(D)500만원이상	-1.417	0.324	0.287	-		
H ₅₋₂₃ 연령	(A)20대	-	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(3)=$	부분 채택
	(B)30대	-2.613	-	-	-	6.669	
	(C)40대	-2.115	1.006	-	-		
	(D)50대이상	-1.785	1.423	0.522	-		
H ₅₋₂₄ 직업	(A)자영업자	-	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(4)=$	"
	(B)급여생활자	1.723	-	-	-	7.302	
	(C)전문직	1.210	-0.476	-	-		
	(D)주부	2.186	0.788	1.123	-		
	(E)기타학생	2.404	1.302	1.546	0.668		
H ₅₋₂₅ 학력	(A)고졸	-	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(2)=$	기각
	(B)대재/대졸	-0.705	-	-	-	3.551	
	(C)대학원이상	-1.871	-1.385	-	-		
H ₅₋₃₁ 성별	(A)남성	-	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(1)=$	"
	(B)여성	1.376	-	-	-	1.880	
H ₅₋₃₂ 소득	(A)100만원미만	-	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(3)=$	부분 채택
	(B)300만원미만	2.362	-	-	-	6.859	
	(C)500만원미만	1.780	-0.755	-	-		
	(D)500만원이상	2.844	0.481	1.293	-		
H ₅₋₃₃ 연령	(A)20대	-	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(3)=$	"
	(B)30대	1.833	-	-	-	6.153	
	(C)40대	1.654	-0.438	-	-		
	(D)50대이상	2.601	1.180	1.647	-		
H ₅₋₃₄ 직업	(A)자영업자	-	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(4)=$	"
	(B)급여생활자	-1.859	-	-	-	7.096	
	(C)전문직	-0.870	1.379	-	-		
	(D)주부	-2.183	-0.619	-1.830	-		
	(E)기타학생	-1.716	-0.154	-1.190	0.313		
H ₅₋₃₅ 학력	(A)고졸	-	-	-	-	$\chi_{0.05}^2(2)=$	"
	(B)대재/대졸	-0.997	-	-	-	7.109	
	(C)대학원이상	1.515	2.665	-	-		

<표 IV-28> 가설검증 결과(4)

가설	개별모수검정(CR)				χ^2 검증		비고	
	A	B	C	D	$\Delta\chi^2$	p.		
H ₅₋₄₁ 성별	(A)남성	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(1)=$	기각	
	(B)여성	-1.229	-	-	-	1.387		
H ₅₋₄₂ 소득	(A)100만원미만	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(3)=$	부분 채택	
	(B)300만원미만	0.567	-	-	-	6.122		
	(C)500만원미만	1.347	0.932	-	-			
	(D)500만원이상	2.314	2.136	1.400	-			
H ₅₋₄₃ 연령	(A)20대	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(3)=$	기각	
	(B)30대	-0.349	-	-	-	0.770		
	(C)40대	0.358	0.893	-	-			
	(D)50대이상	0.096	0.533	-0.321	-			
H ₅₋₄₄ 직업	(A)자영업자	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(4)=$	부분 채택	
	(B)급여생활자	-3.863	-	-	-	14.457		
	(C)전문직	-2.566	0.968	-	-			
	(D)주부	-3.262	0.532	-0.482	-			
	(E)기타학생	-2.593	0.796	-0.109	0.342			
H ₅₋₄₅ 학력	(A)고졸	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	기각	
	(B)대재/대졸	0.506	-	-	-	0.251		
	(C)대학원이상	0.383	-0.082	-	-			
		개별모수검정(CR)				χ^2 검증		비고
		A	B			$\Delta\chi^2$	p.	
H ₆₋₁₁ 구 매빈도	(A)1회이하	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	기각	
	(B)5회이하	1.929	-	-	-	3.967		
	(C)6회이상	1.520	0.371	-	-			
H ₆₋₁₂ 정보 원천	(A)대중매체	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	부분 채택	
	(B)온라인매체	-0.138	-	-	-	8.232		
	(C)인적경로	-2.788	-2.193	-	-			
H ₆₋₂₁ 구 매빈도	(A)1회이하	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	기각	
	(B)5회이하	0.581	-	-	-	3.041		
	(C)6회이상	1.758	1.480	-	-			
H ₆₋₂₂ 정보 원천	(A)대중매체	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	"	
	(B)온라인매체	-0.153	-	-	-	3.188		
	(C)인적경로	-1.562	-1.378	-	-			
H ₆₋₃₁ 구 매빈도	(A)1회이하	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	"	
	(B)5회이하	-1.193	-	-	-	1.871		
	(C)6회이상	-1.073	-0.327	-	-			
H ₆₋₃₂ 정보 원천	(A)대중매체	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	부분 채택	
	(B)온라인매체	-0.864	-	-	-	4.043		
	(C)인적경로	1.045	2.000	-	-			
H ₆₋₄₁ 구 매빈도	(A)1회이하	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	"	
	(B)5회이하	3.410	-	-	-	11.754		
	(C)6회이상	0.326	-1.798	-	-			
H ₆₋₄₂ 정보 원천	(A)대중매체	-	-	-	-	$\chi^2_{0.05}(2)=$	기각	
	(B)온라인매체	0.181	-	-	-	0.191		
	(C)인적경로	0.445	0.179	-	-			

로하스행동에 대한 태도에 대해서 주관적 규범(ξ_3 ; $\beta=-0.154$)이 미치는 영향이 크며, 기술적 규범(η_3)에 대해서는 주관적 규범(ξ_3 ; $\beta=0.212$)의 영향이 가장 크고, 지각된 품질(ξ_1 ; $\beta=0.048$)의 영향도 일부 있으며, 구매 의도(η_5)에 대한 간접 영향은 지각된 품질(ξ_1 ; $\beta=0.423$)이 가장 크게 나타났다. 특히 윤리적 규범은 로하스행동에 대한 태도를 통해 구매 의도에 영향을 미치고 있으며, 또한 윤리적 규범은 기술적 규범을 통해서도 구매 의도에 영향을 미치고 있다.

<표 IV-29> 매개효과

원인 결과	ξ_1	ξ_2	ξ_3	ξ_4	η_1	η_2	η_3	η_4
총 효 과	η_1	0.384***	0.647**	-0.154***	-	-	-0.25***	-
	η_2	0.138**	-	0.616***	-	-	-	-
	η_3	0.465**	-	0.413***	-	-	0.343**	-
	η_4	0.496***	-	0.178***	0.182**	-	-	-
	η_5	0.423***	0.286**	0.166***	0.013*	0.442***	0.103**	0.446**
직 접 효 과	η_1	0.419***	0.647**	-	-	-	-0.25***	-
	η_2	0.138**	-	0.616***	-	-	-	-
	η_3	0.417***	-	0.201***	-	-	0.343**	-
	η_4	0.496***	-	0.178***	0.182**	-	-	-
	η_5	-	-	-	-	0.442***	0.06	0.446**
간 접 효 과	η_1	-0.034**	-	-0.154***	-	-	-	-
	η_2	-	-	-	-	-	-	-
	η_3	0.047**	-	0.212***	-	-	-	-
	η_4	-	-	-	-	-	-	-
	η_5	0.423***	0.286**	0.166***	0.013*	-	0.042	-

주) 경로효과는 표준화된 계수, * p.<0.1, ** p.<0.05, *** p.<0.01,

V. 결 론

1. 연구의 요약

본 연구는 환경 및 지속가능한 소비경제의 중요성이 부각되고 있는 세계적인 추세에 맞추어 로하스 소비 확대를 위한 방향성을 연구하고 기업경영과 관련하여 새로운 트렌드에 맞는 마케팅 방안을 제시하고자 연구하였다. 본 연구는 계획행동이론을 이용하여 로하스 소비자의 구매 의도를 결정하는 신념체계를 개발하고 연구모형과 가설을 설정하여 각각의 변수들이 모형에서 어떠한 관련성과 영향력이 있는지를 검증하였다. 실증분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 행동적 신념체계(ξ_2)가 로하스행동에 대한 태도(η_1)에 정적($p.<0.01$)이며, 주관적 규범(ξ_3)가 윤리적 규범(η_2 ; $p.<0.01$), 기술적 규범(η_3 ; $p.<0.01$) 그리고 지각된 통제(η_4 ; $p.<0.01$)에 미치는 영향이 유의적이다. 또한 통제적 신념체계(ξ_4)가 지각된 통제(η_4)에도 정적($p.<0.01$)인 것으로 나타났다.

둘째, 지각된 품질(ξ_1)이 로하스행동에 대한 태도(η_1)에 미치는 영향($p.<0.01$), 윤리적 규범(η_2)에 미치는 영향($p.<0.01$), 기술적 규범(η_3)에 미치는 영향($p.<0.01$), 지각된 통제(η_4)에 미치는 영향($p.<0.01$)이 모두 유의적이었다.

셋째, 로하스행동에 대한 태도(η_1)가 구매의도(η_5)에 미치는 영향($p.<0.01$)은 유의적이지만 윤리적 규범(η_2)의 영향($p.<0.1$)은 $\alpha = 0.05$ 수준에서 유의적이지 못하였으며, 기술적 규범(η_3)의 영향($p.<0.01$)과 지각된 통제(η_4)의 영향($p.<0.05$)은 유의적이었다.

넷째, 윤리적 규범(η_2)이 로하스행동에 대한 태도(η_1)에 미치는 영향($p.<0.01$)과 기술적 규범(η_3)에 미치는 영향($p.<0.01$)이 유의적이었다.

다섯째, 로하스행동에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향관계에서 소득($p.<0.05$) 등 일부 인구 통계적 특성에서 조절역할을 하는 증거가 일부 보인다.

한편 지각된 통제가 구매 의도에 미치는 영향관계에서는 직업($p < 0.01$)이 조절효과를 보여주고, 소득에서 부분적인 조절역할을 하며, 성별, 연령 및 학력은 조절효과가 나타나지 않았다.

여섯째, 로하스행동에 대한 태도가 구매의도에 미치는 영향에서 구매빈도가 조절효과를 보여주는 증거는 나타나지 않았지만 로하스에 대한 정보원천($p < 0.05$)은 조절역할을 하고 있다. 반면 지각된 통제가 구매 의도에 미치는 영향관계에서는 구매 빈도가 조절효과를 보이는 징후는 일부 보였지만 로하스에 대한 정보원천이 조절효과를 보이지는 않았다.

일곱째, 로하스행동에 대한 태도에 대해서 주관적 규범($\xi_3; \beta = -0.154$)이 미치는 영향이 크며, 기술적 규범(η_3)에 대해서는 주관적 규범($\xi_3; \beta = 0.212$)의 영향이 가장 크고, 지각된 품질($\xi_1; \beta = 0.048$)의 영향도 일부 있으며, 구매 의도(η_5)에 대한 간접영향은 지각된 품질($\xi_1; \beta = 0.423$)이 가장 크게 나타났다. 특히 윤리적 규범은 로하스행동에 대한 태도를 통해 구매 의도에 영향을 미치고 있으며, 또한 윤리적 규범은 기술적 규범을 통해서도 구매 의도에 영향을 미치고 있다.



2. 시사점

1) 이론적 시사점

첫째, 로하스제품에 대한 신념체계와 계획 행동이론의 구성요소 간의 관계에서 행동적 신념체계(ξ_2)가 로하스행동에 대한 태도(η_1)에 미치는 영향, 주관적 규범(ξ_3)이 윤리적 규범(η_2), 기술적 규범(η_3) 그리고 지각된 통제(η_4)에 미치는 영향이 유의적이고, 통제적 신념체계(ξ_4)가 지각된 통제(η_4)에 미치는 영향이 있는 것으로 나왔다. 또한 로하스제품에 대한 신념체계가 계획행동이론의 구성요소에 미치는 영향이 정적이어서 신념체계가 강할수록 로하스행동에 대한 태도(η_1), 윤리적 규범(η_2), 기술적 규범(η_3) 그리고 지각된 통제(η_4)가 정도의 차이는 있으나 강화되는 경향을 보이고 있다. 특히 신념체계 중 행동적 신념체계가 로하스행동에 대한 태도(η_1)에 미치는 영향과 규범적 신념체계가 윤리적 규범(η_2)에 미

치는 영향이 상대적으로 크게 나타나고 있다. 본 논문과 선행연구와의 차이점은 Conner and Armitage(1998)의 선행연구에서 영향관계가 미미한 결과를 나타내는 주관적 규범의 영향에 반하여 인간의 이타적 책임감 및 의무감을 나타내는 윤리적 규범 변수와 주변인의 태도나 행동에 대한 지각인 기술적 규범 변수로 확장한 주관적 규범(ξ_3)은 윤리적 규범(η_2), 기술적 규범(η_3)뿐만 아니라 지각된 통제(η_4)에까지 미치는 영향이 유의적이었다.

둘째, 지각된 품질과 계획 행동이론의 구성요소간의 관계에서 분석결과, 지각된 품질(ξ_1)이 로하스행동에 대한 태도(η_1), 윤리적 규범(η_2), 기술적 규범(η_3) 그리고 지각된 통제(η_4)에 정적인 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다. 본 논문과 선행연구와의 차이점은 김소영(2010)의 연구결과는 지각된 품질(ξ_1)이 행동에 대한 태도(η_1)에만 유의한 결과를 나타내고 있으나 본 논문의 연구결과 윤리적 규범(η_2), 기술적 규범(η_3), 지각된 통제(η_4)에까지 정적인 영향을 미치고 있다.

셋째, 계획 행동이론의 구성요소와 구매 의도 간의 관계 분석결과 로하스행동에 대한 태도(η_1), 지각된 통제(η_4)가 구매 의도(η_5)에 미치는 영향은 대부분의 선행연구와 비슷한 결과를 보였다. 선행연구와의 차이점은 확장변수인 윤리적 규범(η_2)이 구매의도에 직접적으로 영향을 미친다는 증거가 불충분하였다. 즉, 예측변수인 윤리적 규범이 결과변수인 구매 의도에 미치는 영향이 예상외로 작거나 모순된 결과가 나오면 조절변수나 매개변수의 개입이 검토될 수 있음을 보여준다. 따라서 본 실증분석의 조절효과나 매개효과의 분석은 선행연구와 다른 의미를 가지며, 더 구체적인 구조적관계를 연구해야 한다는 시사점을 제시해 주고 있다. 한편 확장변수인 기술적 규범(η_3)도 구매 의도에 미치는 영향이 정(+)적이어서 기술적 규범(η_3)이 강화될수록 구매 의도에 직접적인 증가가 예상되며, 지각된 통제(η_4)도 보조적으로 강화시킬 필요가 있고, 윤리적 규범(η_2)의 강화는 간접적으로 구매 의도를 상승시킬 수 있음을 의미한다.

넷째, 윤리적 규범과 행동에 대한 태도, 기술적 규범과의 분석결과 윤리적 규범(η_2)이 로하스행동에 대한 태도(η_1)와 기술적 규범(η_3)에 영향을 미쳐, 최종적으로 구매 의도에 간접적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구와 선행연구와의 차이점으로는 확장된 계획행동이론의 선행연구에서는 구매 의도에 직접적인 경로만을 보이던 윤리적 규범(η_2)이 행동에 대한 태도(η_1)와 기술적 규범(η_3)에 영향을

미치는 새로운 경로를 보이며 최종적으로 구매 의도에 간접적 영향을 미치고 있다. 특히 로하스제품에 있어 윤리적 규범의 강도가 높으면, 지각된 품질에 대한 강도는 약화되고, 반대로 윤리적 규범의 강도가 낮으면 지각된 품질에 대한 강도는 강화되는 경향을 보이고 있고, 윤리적 규범의 강도가 높으면 기술적 규범의 강도는 강화되고 있다.

다섯째, 선행연구에서는 계획행동이론의 구성요소가 구매 의도에 미치는 영향 관계에서 인구 통계적 조절효과가 나타나지 않았으나 본 연구에서는 소득의 조절효과가 유의적이며, 연령, 직업, 학력의 조절역할이 부분적으로 나타났다. 이와 같은 결과는 인구 통계적 조절효과가 구매 의도에 긍정적인 영향을 미치므로, 유의적인 조절변수를 포함시키는 것은 당연하며, 부분적 조절변수의 역할도 중요하고 고려대상이 될 수 있음을 시사해 준다.

2) 실무적 시사점

첫째, 로하스제품에 대한 신념체계와 계획 행동이론의 구성요소 간의 관계에서 행동적 신념체계와 행동에 대한 태도(η_1), 주관적 규범과 윤리적 규범(η_2)의 영향 분석결과가 상대적으로 크게 나타났다. 이 결과는 로하스제품의 구매 행동이 사회 지속성에 기여하고 환경보호에 동참하는 손쉬운 방법임을 홍보하고 이러한 소비 확대의 사회 전반적 분위기를 조성하면 로하스제품의 구매 의도 상승으로 연계될 수 있음을 의미한다. 따라서 로하스제품의 소비증진을 위해서는 소비자의 자발적 참여를 위한 지속적인 홍보와 로하스의식 저변확대를 위한 노력이 필요하다는 점을 나타내고 있다.

둘째, 지각된 품질과 구성요소간의 관계분석 결과, 로하스제품이 환경보호 차원뿐만 아니라 지속가능 차원 그리고 재생원료사용 차원에서 우수한 제품이라는 지각을 크게 할수록 로하스 행동에 대한 태도가 바람직하고, 중요하며, 필요한 것이라는 긍정적인 영향이 강화되는 것으로 나타났다. 또한, 로하스 제품 구매에 대한 책임감이나 의무감 또는 비 구매에 따른 자책감 등에 긍정적 영향을 줄 수 있을 뿐만 아니라 로하스제품 구매에 대한 주변인의 지지와 나의 로하스 제품구매에 대한 의사결정에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 것이 나타났다. 이는 새

로운 로하스 제품의 제작, 홍보 시 지구환경 보호차원에서 소비자의 지각과 관련된 생산 공정 및 홍보문구가 중요함을 시사하고 있다.

셋째, 계획행동이론의 구성요소와 구매 의도 간에 영향을 미치는 조절효과에서 소득($p.<0.1$)과 학력($p.<0.05$), 직업($p.<0.01$) 등의 유의미한 결과가 나타났다. 이는 로하스제품 기획 시 시장세분화 전략으로 고려해야 할 주요한 관심대상의 변수가 될 수 있음을 보여준다. 즉, 주관적 규범의 측정변수 뿐만 아니라 직간접적 효과, 의사효과 또는 세분화된 로하스 제품군에 따른 적용 등의 구체적인 접근법이 필요할 것이다. 또한, 로하스에 대한 정보원천이 조절역할을 하고 있어, 로하스행동에 대한 태도에 대해서는 대중매체의 역할이 중요하게 대두되며, 로하스 제품구매에 대한 가족, 동료, 친구 등 주변인의 지지와 같은 기술적 규범은 인적 경로를 통해 로하스에 대한 정보교환이 활발하게 이루어지도록 하는 환경을 조성해나가는 것이 효율적일 것이다.

이상의 결론을 종합해보면, 매개효과의 검증결과, 구매 의도(η_5)에 대한 영향 요인 중 간접영향은 지각된 품질(ξ_1)이 가장 크게 나타났다. 특히 윤리적 규범은 로하스행동에 대한 태도를 통해 구매 의도에 영향을 미치고 있으며, 또한 윤리적 규범은 기술적 규범을 통해서도 구매 의도에 영향을 미치고 있다. 따라서 윤리적 규범이 구매 의도에 미치는 직접적 영향을 기대하기 보다는 로하스 행동에 대한 태도가 바람직하고, 중요하며, 필요한 것을 소비자에게 얼마나 어떻게 인지시키는 과제와 로하스 제품구매에 대한 가족, 동료, 친구 등 주변인의 지지를 얻을 수 있도록 하는 과제를 통해 구매 의도를 예측해 가는 것이 타당할 것으로 본다.

3. 연구 한계 및 미래연구의 방향

본 연구는 로하스에 대한 용어가 2000년 이후 사용되기 시작하여 그 개념이 형성되는 초창기에 수행되었기 때문에 이에 대한 선행연구도 매우 부족하고, 아직 국내에서는 로하스에 대한 소비자의 인식이 널리 확산되지 못한 단계에서 연구가 수행되어 미래의 연구를 자극할 수 있다고 본다. 또한 본 연구의 표본이 특정 시기에 한정되어 조사되어있고 다양한 로하스제품을 다루고 있지 않다는 한

계가 있다. 그러므로 미래연구에서는 로하스제품을 건강, 사회정의, 지속 가능성,에 따라 세분화하여 연구하고 이 세분화된 연구대상 간 비교를 수행할 필요가 있다. 지역별, 산업분야별 또는 로하스 개념의 적용 정도별 변수들이 도입된 연구가 필요할 것이다.



<참고문헌>

1. 국내 문헌

- 강규선(2006), “관광객의 사회 심리적 웰빙 수준이 여행 소비행동에 미치는 영향,” 경원대학교 박사학위논문.
- 고대영(2012), “계획행동이론을 적용한 외식소비자의 건강메뉴 구매의도에 관한 연구,” 세종대학교 박사학위 논문.
- 고정원, 이성림, 김민정(2010), “소비자의 로하스 소비의식과 로하스 상품소비,” **소비자학 연구**, 21(4), 89-112.
- 권용주, 송홍규(2006), “레스토랑 이용객의 웰빙지수와 로하스지수에 관한 연구 : 이용객의 라이프스타일 유형을 중심으로,” **한국관광학회**, 42(2), 169-187.
- 권용주, 송홍규, 김지은(2007), “외식소비자의 LOHAS 성향이 건강외식지향과 건강메뉴주문행동에 미치는 영향,” **관광학연구**, 31(5), 247-270.
- 김대업(2008), **AMOS A to Z**, 학현사.
- 김봉준, 황의록(2007), “온라인에서의 제품평가정보가 소비자 구매의사결정에 미치는 영향에 관한 연구,” **한국경영학회**, 1(3), 1-27.
- 김미송(2013), “친환경 농산물 선택기준이 구매의도에 미치는 영향,” 안양대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김민서, 전양덕(2007), “웰빙 트렌드 로하스(LOHAS)에 나타난 소비자 의식 변화에 따른 웹 디자인 발전방향 분석 : 의, 식, 주 웹 사이트를 중심으로,” **디자인학연구**, 20(3), 49-60.
- 김민수, 한진욱(2012), “계획행동이론과 스포츠 팀 라이선싱 제품의 구매의도에 관한 연구: 1, 2차 구조모형의 비교,” **한국스포츠산업경영학회지**, 17(2), 51-64.
- 김민주(2006), 로하스 경제학 지속가능한 세계를 생각하는 라이프스타일, **미래**

의 창.

- 김상국(2000), “한국인의 웰니스에 대한 생활양식 측정도구 개발.” **한국체육학회지**, 9(4), 63-982.
- 김소영(2012), “소비자와 공급자 관점에서 본 지속가능한 급식 연구,” 서울대학교 박사학위 논문.
- 김양숙, 윤지현, 박영희, 김행란(2010), “서울시 중, 고등학생 학부모들의 자녀 아침식사 관련 행동 및 학교 아침 급식에 대한 인식 조사,” **동아시아식생활학회**, 2010(11), 175-175.
- 김완석, 이성수(2004), “자기해석의 관점에서 소비자 불평 의도와 행동에 대한 이해,” **한국심리학회**, 19-42.
- 김은희(2007), “소비자의 재이용 태도 및 행동의 이해: 제안모형과 경쟁모형의 적용.” **한국스포츠심리학회지**, 19(3), 501-525.
- 김정자(2007), “계획적 행동이론에 의한 실버타운 잠재고객의 구매의도 결정요인,” 경남대학교 박사학위 논문.
- 김정훈(2009), “대학생들의 로하스적 생활유형에 따른 가치소비태도,” **한국 생활과학회지**, 18(4), 869-878.
- 김중의, 석유미(2004), “다양성추구 구매자의 경우 서비스품질과 기업이미지가 재 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구,” **숙명여자대학교 경제경영논집** (34)1, 107-127.
- 김재휘(2009), **광고심리학**, 커뮤니케이션북스.
- 김태희(2002), “패밀리레스토랑 고객의 영양과 건강메뉴에 대한 태도,” **한국식생활 문화학회지**, 17(5), 629-637.
- 김형길, 김정희(2010), **마케팅의 이해**, 서울, 두남.
- 김효경, 손수진(2010), “스타마케팅을 이용한 광고태도가 브랜드 태도 및 구매 의도에 미치는 영향,” **관광연구**, 25(2), 229-251.
- 남미경(2010), “사회트렌드 변화에 의한 로하스 제품 소비자 선호도 특징 분석,” **한국디자인문화학회지**, 16(1), 105-113.
- 노지숙(2012), “계획행동이론을 적용한 종합병원 방사선사의 보호 장구 착용 관련요인,” 조선대학교 대학원 박사학위논문.

- 내추럴마케팅연구소(2000), 로하스 소비자와 기업의 참여를 위한 로하스 시장에 대한 이해, **내추럴 비즈니스 커뮤니케이션**.
- 문수백(2009), **구조방정모델링의 이해와 적용**, 학지사.
- 문용재(2009), “컨벤션 호텔의 물리적 환경이 고객만족과 구매의도에 미치는 영향,” 경희대학교, 석사학위논문.
- 박기남, 김기운(2001), “지각된 웹서비스 품질이 기업이미지 구축 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구,” **한국소비자학회지**, 12(3), 1-27.
- 박미진(2007), “계획행동이론을 적용한 청소년의 진로정보탐색행동 예측모형,” 홍익대학교 박사학위논문.
- 박수민(2006), 2000년대 “그린디자인에 나타난 패션디자인 특성 분석: 로하스(LOHAS) 중심으로,” 경희대학교 석사학위논문.
- 박시한, 한미정(2007), “계획된 행동이론을 적용한 온라인 콘텐츠 이용행동의 이해: 대학생 집단을 중심으로,” **홍보학연구**, 11(2), 195-230.
- 박은경(2008), “로하스 트렌드를 반영한 브랜드의 마케팅 전략,” **한국패션디자인학회지**, 8(3), 23-39.
- 박임구(2008), “성인여성의 로하스 라이프스타일에 따른 자연주의 화장품 구매 행동과 태도,” **한국패션비즈니스학회지**, 12(1), 63-75.
- 박종희(2006), “계획된 행위이론을 적용한 사고예방 프로그램이 안전행동에 미치는 영향,” 이화여자대학교 박사학위논문.
- 배병렬(2009), **구조방정식모델링**, 도서출판 청람.
- 서남미(2004), “웰빙 트렌드가 건강 지향적 소비행동에 미치는 영향에 관한 연구,” 동국대학교 석사학위논문.
- 서동구(2008), “호텔레스토랑의 로하스 이미지와 관여도, 고객만족, 고객충성도와의 영향관계,” 경주대학교 박사학위논문.
- 손영곤, 이병관(2012), “계획된 행동이론을 적용한 사회인지적 행동 모델의 유용성에 대한 메타분석,” **한국언론학보**, 56(6), 127-161.
- 신건권(2013), **AMOS 20 통계분석 따라 하기**, 도서출판 청람.
- 오종철(2007), “계획된 행동이론을 적용한 디지털 콘텐츠 충동구매에 관한 연구: 감각추구성향의 조절효과를 중심으로.” **대한경영학회**, 47-50.

- 유소이, 윤하영(2009), “식품선택 동기와 유기농 식품선택,” **산업경제연구**, 22(6), 41-59.
- 유현정(2006), “웰빙트렌드에 대한 소비자의식 및 웰빙행동,” **한국생활과학회지**, 15(2), 261-274.
- 이동수(2005), “경찰공무원의 행정지도행태에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 계획행태이론(TPB)의 적용을 중심으로,” 조선대학교 박사학위논문.
- 이성일(2011), “계획행동이론을 이용한 無査證(No Visa)기대가 방문의도에 미치는 영향에 관한 연구: 중국인 관광객을 중심으로,” 경희대학교 박사학위논문.
- 이준엽, 안태기(2008), “축제방문자의 먹거리 구매행동 예측에 대한 계획행동이론의 적용,” **한국콘텐츠학회논문지**, 8(2), 116-124.
- 이학식, 임지훈(2005), **SPSS 12.0 매뉴얼-통계분석방법 및 해설**, 학지사.
- 임윤정(2008), “계획행동이론을 적용한 외래 관광객의 한류 문화콘텐츠 행동에 측모형: 한국 드라마와 음반을 중심으로,” 세종대학교 박사학위논문.
- 임종원, 정동희(2002), 시장조사론, **한국방송통신대학교출판부**, 91-93.
- 전정아(2008), “이용객의 특성에 따른 브랜드 자산이 구매의도에 미치는 영향, **관광레저연구**,” 20(3), 227-247.
- 주현식, 정삼권(2008), “소비자 가치가 로하스(LOHAS)지향행동에 미치는 영향 요인에 관한연구-호텔레스토랑을 중심으로,” **한국호텔 경영학회 춘계학술대회 논문집**, 239-257.
- 지준철(2012), “계획행동이론을 이용한 골프 참여자들의 운동중독 예측,” 성균관대학교 대학원 박사학위 논문.
- 최순희, 조용범(2009), “전통한과 소비자의 로하스 추구성향과 고객참여가 고객만족, 고객 애호도에 미치는 영향,” **외식경영연구**, (13)2, 169-189.
- 최영정(2010), “계획행동이론을 적용한 관광객의 책임관광 행동모델 구축에 관한 연구,” 동아대학교 박사학위논문.
- 최은정(2010), “한국 거주 서구인이 개고기 식용에 관한 식 행동 분석,” 상명대학교 박사학위 논문.
- 최자영, 김경자(2003), “계획적 행동이론을 적용한 소비자들의 온라인 쇼핑 행

- 동 분석,” **소비자학연구**, 14(4), 89-103.
- 최종필(2005), “광고모델에 따른 소비자 태도 및 구매의도 차이,” **목원대학교 저널**, 38, 303-326.
- 한덕웅, 이민규(2001), “계획된 행동이론에 의한 음주운전 행동의 설명,” **사회 심리학회지: 사회 및 성격**, 15(2), 141-158.
- 한수진(2009), “계획된 행동이론(TPB)을 적용한 저소득층 아동의 구강 보건 증진 프로그램 효과,” 한양대학교 박사학위논문.
- 한은경, 송석재, 임한나(2011), “소셜 커머스의 이용 동기와 만족, 재구매의도에 관한 연구: 이용과 충족이론을 중심으로,” **한국광고홍보학회**, 298-325.
- 홍성열 (2004), **사회 심리학**, 시그마프레스.
- 황금주(2009), 녹색소비자의 부재와 그린마케팅, **마케팅**, 44(4), 30-36.
- 황용철(2011), **소비자행동-이론과 실제**, 서울, 형설출판사.
- KOTRA(2005), 미래상품의 특성과 기업의 대응방안 연구, **대한상공회의소**.

2. 해외 문헌



- Ajzen, I.(1991), “The Theory of Planned Behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. and Fishbein, M.(2000), “Attitude and the Attitude Behavior Relation: Reasoned and automatic processes”, *European Review of Social Psychology*, 11(1), 1-3.
- Aaker, D. A.(1996), “Measuring Brand Equity Across Products and Markets”, *California Review*, 38(3), 102-120.
- Allen, Chris T. and Karen A. Machleit and Susan Schultz Kleine(1992), “A Comparison of Attitudes and Emotions as Predictors of Behavior at Diverse levels of behavioral Experience”, *Journal of Consumer Research*, 493-504.
- Anderson, V., Prentice, R. and Guerin, S.(1997), “Imagery of denmark

- among Visitors to Danish Fine Arts Exhibitions in Scotland”, *Tourism Management*, 18(7), 453-463.
- Armitage, C. J. and Conner, M.(2001), “Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A Meta Analytic Review”, *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
- Assael, H.(1995), *Consumer Behavior and Marketing Action* (5th ed), Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- Bamberg, S., I. Ajzen, and P. Schmidt(2003), “Choice of travel mode in the theory of planned behavior: The roles of past behavior habit, and reasoned action”, *Basic and Applied Social Psychology*, 25(3), 175-187.
- Bansal, Harvir S., P. Gregory Irving and Shirley F. Taylor(2004), “A three-component model of customer to service providers”, *Journal of the Academy of marketing Science* 32(3), 234-250.
- Berkowitz, A. D.(1997), “From Reactive to Proactive Prevention: Promoting an Ecology of Health on Campus, Substance Abuse on Campus”: *A Handbook for College and University Personnel*, 119-139.
- Clarke, S .G. and J. T. Haworth, T.(1994), “Flow Experience in the Daily Lives of Sixth-form Collect Students”, *British Journal of Psychology*, 85(4), 511-523.
- Conner, Mark and Christopher J. Armitage(1998), “Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research”, *Journal of applied social psychology*, 28(15), 1429-1464.
- Cortese, Anthony D.(2003), “The Critical Role of Higher Education in Creating a Sustainable Future”, *Planning for Higher Education*, 31(3), 15-22.
- Dungan, J. M., A. V. Brown, and M. A. Ramsey(1996), “Health Maintenance for the Independent Frail Older Adult Can It Improve Physical and Mental Well-being?”, *Journal of Advanced Nursing*, 23, 118-193.

- Engel, J. F. and R. D. Blackwell, and W. M. Paul(1990), *Consumer Behavior, 6th ed*, The Dryden Press, Inc.
- Engel, J. F., R. D. Blackwell and P. W. Miniard.(1995), *Consumer Behavior*, The Dryden Press, Inc.
- Etzioni, Amitai(2000), “Social Norms: Internalization, Persuasion, and History”, *Law and Society Review*, 157-178.
- Fishbein, M.(1963), “An Investigation of Relationships Between Beliefs About an Object and the Attitude Toward that object”, *Human Relations*, 16, 233-240.
- Fishbein, M. and I. Ajzen(1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesely.
- Fishbein, M. and I. Ajzen(1980), “Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research”, *Psychology Bulletin*, 84(5), 888-918.
- Godin, G., S. Amireault, A. Belanger-Gravel, M. C. Vohl, and L. Perusse, (2008), “Prediction of Leisure-time Physical Activity Among Obese Individuals”, *Behavior and Psychology*, 17(4), 706-712.
- Han, H., L. T. Hsu, and C. Sheu(2010), “Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing the Effect of Environmental Friendly Activities”, *Tourism Management*, 31(3), 325-334.
- Heath, Y., R. Gifford(2002), “Extending the Theory of Planned Behavior: Predicting the Use of Public Transportation¹”, *Journal of Applied Social Psychology*, 32(10), 54-89.
- Hellier, P. K., G. M. Geursen, Carr, R. A. and H. A. Rickard(2003), “Customer Research Intention: A General Structural Equation Mode¹”, *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Homer, P. M. and S. Yoon(1992), “Message Framing and the Inter

- Relationships among Ad-Based Feelings, Affect, and Cognition”, *Journal of Advertising*. 21(1), 19-34.
- Hulland, J. Y., H. Chow and S. Lam(1996), “Use of Casual Models in Marketing Research: A Review”, *International Journal of Research in Marketing*, 13(2), 181-197.
- Jarvenpaa, L. S. and P. A. Todd(1997), “Consumer Reactions to Electronic Shopping on the World Wide Web”, *International Journal of Electronic Commerce*. 1(2), 59-88.
- Johnston, K. L. and K. M. White(2003), “Binge-drinking: A Test of the Role of Group Norm Sin the Theory of Planned Behavior”, *Psychology and Health*, 18(1), 63-77.
- Kaiser, Florian G. and Hannah Scheuthle(2003), “Two Challenges to a Moral Extension of the Theory of Planned Behavior: Moral Norms and Just World Beliefs in Conservationism”, *Personality and Individual Differences* 35(5), 1033-1048.
- Kapoor, S.(1988), “Young Adults Interest in Nutritious Foods”, *FIU Hospitality*6, 31-38.
- Keller, K. L.(1993), “Conceptualizing Measuring, and Managing Customer Based Brand Equity”, *Journal of Marketing*, 57(1), 1-19.
- Kotler, P., J. Bowen,and J. Maken,(1996), “Marketing for Hospitality and Tourism”, *New Jersey, Prentice Hall*.
- Kuther, T. L.(2002), “Rational Decision Perspective Son Alcohol Consumption by Youth: Revising the Theory of Planned Behavior”, *Addictive Behaviors*, 27(1), 35-47.
- Lam, T. and C. H. C. Hsu(2006), “Predicting Behavioral Intention of Choosing a Travel Destination”, *Tourism Management*, 27(4), 589-599.
- Lapinski, Maria Knight and Rajiv N. Rimal(2005), “An explication of social norms”, *Communication Theory*, 15(2), 127-147.
- Lee, M. and F. M. Ulgado(2007), “Consumer Evaluations of Fast-Food

- Services: A Cross-National Comparison”, *Journal of Services Marketing*, 11(1), 39-52.
- Mannetti. L., A. Pierro.and . S. Livi(2004), “Self-Identity and the Theory of Planned Behavior in the Prediction of Health Behavior and Leisure Activity”, *Self and Identity*, 2(1), 47-60.
- Maria, K., Magnusson, A. Arvola, K. U. Hursti, L. Aberg, and P. O. Sjoden(2001), “Attitude Towards Organic Foods Among Swedish Consumers”, *British Food Journal*, 103(3), 209-226.
- Natural Marketing Institute(2000), Understanding the LOHAS consumer report, *Natural Business Communication*.
- Natural Marketing Institute(2000), Understanding the LOHAS Market Identifying the LOHAS consumer and Business and Branding Opportunities, *Natural Business Communication*.
- Natural Marketing Institute(2003), The LOHAS Consumer Trend Database Research, *Natural Business Communication*.
- Natural Marketing Institute(2005), About LOHAS, *Natural Business Communication*.
- Oliver, R. L.(1980), “A Cognitive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions”, *Journal of Marketing Research*, 17(9), 460-469.
- Paek, H. J., H. J. Oh, and T. Hove(2012), “How Media Campaigns Influence Children’s Physical Activity: Expanding the Normative Mechanisms of the Theory of Planned Behavior”, *Journal of Health Communication*, 17(8), 869-885.
- Park, H. S. and S. W. Smith(2007), “Distinctiveness and Influence of Subjective Norms Personal Descriptive and Injunctive Norms, and Societal Descriptive and Injunctive Norms on Behavioral Intent: A Case of Two Behaviors Critical to Organ Donation”, *Human Communication Research*, 33(2), 194-218.

- Pearce, P. L.(1998), *Tourism: Bridges across Continents*, McGraw-Hill, Sydney.
- Perkins, H. W.(2003), “The social norms approach to preventing school and college age substance abuse”: *A Handbook for Educators, Counselors, and Clinicians*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Pezzey, John(1992), “The Symmetry between Controlling Pollution by Price and Controlling It by Quantity”, *Canadian Journal of Economics*, 25(4), 983-991.
- Ray, P. H. and S. R. Anderson(1998), *The Cultural Creative: Three Rivers Press*.
- Richardson, Alan S. Dick and K. Jain Arun.(1996), “Household Store Brand Proneness: A Framework”, *Journal of Retailing*, 72(Summer), 159-185.
- Rivis, A. and P. Sheeran(2003), “Social Influences and the Theory of Planned Behaviour: Evidence for a Direct Relationship Between Prototypes and Young People’s Exercise Behaviour”, *Psychology and Health*, 18(5), 567-583.
- Robinson, R. and C. Smith(2002), “Psychosocial Consumer Intention to Purchase Sustainably Produced Food”, *Journal of Nutrition Education and Behaviour*, 34(6), 316-325.
- Schwartz, S. H. and R. C. Tessler.(1972), “A Test of a Model for Reducing Measured Attitude-Behavior Inconsistencies”, *Journal of Personality and social Psychology*, 24, 225-236.
- Sheeran, P.(2002), “Intention Behaviour Relations: A Conceptual and Empirical Review, In Hew-stone, M. and Stroebe, W.(Eds.)”, *European Review of Social Psychology*, 1(12), 1-36.
- Shepherd, R.(2001), “Healthier Eating in the UK, the Eating, Food and Health LINK programmed”, *Trend in Food Science and Technology*, 12, 425-428.
- Sparks, B.(2007), “Planning a Wine Tourism Vacation? Factors that Help

- to Predict Tourist Behavioural Intentions”, *Tourism Management*, 28(5), 1180-1192.
- Sparks, P. and , R. Shepherd(2002), “Ethics and Behavior”, *Journal of Applied Social Psychology*, 12(4), 299-321.
- Steve French and Rogers Gwynne(2006), “LOHAS Marketplace Opportunities”, *LOHAS Journal*, 7.
- Stone, T. H., I. M. Jawahar and J. L. Kisamore(2010), “Predicting Academic Misconduct Intentions and Behavior Using the Theory of Planned Behavior and Personality”, *Basic and Applied Social Psychology*, 32(1), 35-45.
- Tonglet, M., P. Philips ,and A. Read(2004), “Using the Theory of Planned Behaviour to Investigate the Determinants of Recycling Behaviour: A Case Study from Brix worth”, *UK. Resources Conservation and Recycling*, 41(2), 191-214.
- Zeithml, V. and M. J. Bitner(1996), *Services Marketing*, New York: McGraw-Hill.

설 문 지

안녕하십니까?

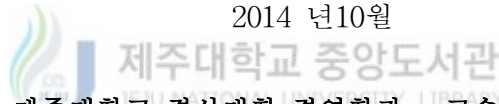
바쁘신 중에도 설문조사에 참여해주셔서 진심으로 감사드립니다.

저는 제주대학교 박사과정에서 “계획행동이론을 적용한 로하스제품 구매 의도에 관한 연구”를 주제로 논문을 연구 중에 있습니다.

본 설문에 응하는 귀하의 개인적 사항이나 설문내용과 관계되는 모든 사항은 절대 비밀이 보장됨은 물론 무기명으로 처리됩니다. 아울러 조사결과는 학문적인 용도로만 이용되며 통계법에 따라 단순한 학문연구 목적으로만 사용됨을 약속드립니다. 귀하의 정성어린 응답이 본 연구에 매우 중요한 자료가 되오니 한 항목도 빠짐없이 성의껏 진솔하게 응답하여 주시면 감사하겠습니다.

바쁘신 시간을 내어 설문에 응답해 주신데 대해 깊이 감사드립니다.

2014 년10월



지도교수 : 제주대학교 경상대학 경영학과 교수 김 형 길

연구자 : 제주대학교 대학원 경영학과 박사과정 임 혜 미

(H. P) : 010-4052-6563

로하스(LOHAS)란, “Lifestyle Of Health And Sustainability”의 약어로 자신의 정신 및 신체적 건강뿐만 아니라 후대에 물려줄 소비기반의 지속가능성을 중요하게 생각하는 삶의 방식을 의미합니다.

또한 로하스 제품은

1. 현존하는 자연환경과 문화유산을 잘 보존하고 유지하여 후손들에게 훼손 없이 물려줄 수 있는 형태의 **지속가능한 경제제품**입니다.
2. 자신의 건강뿐만 아니라 후손의 건강까지 고려하는 **건강한 생활양식 제품**입니다.
3. 인간과 자연의 건강한 조화를 중시하는 **대체 및 자연의료 제품**입니다.
4. 인간의 존엄성을 지키며 건강하게 살아가는 **자기계발 제품**입니다.
5. 자원절약, 에너지, 공해의 문제만이 아니라, 그것이 누구에 의해서 어떻게 생산되고 유통되었는가를 생각하는 **생태적 생활양식 제품**입니다.

I. 다음은 로하스행동에 대한 귀하의 의견을 묻는 질문입니다.

구분	설문문항	←→						
		매우 그렇지 않다				보통		매우 그렇다
1	로하스적인 행동은 <u>바람직한 일</u> 이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	로하스적인 행동은 <u>중요한 일</u> 이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	로하스적인 행동은 <u>필요한 일</u> 이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	로하스적인 행동은 <u>가치 있는 일</u> 이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	로하스적인 행동은 <u>친환경적인 제품</u> 을 선택하는 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6	로하스적인 행동은 <u>환경보호</u> 에 적극적이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7	로하스적인 행동은 <u>지속가능한 재료를 이용한 제품을 선호</u> 하는 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8	로하스적인 행동은 <u>로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호</u> 하는 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9	로하스적인 행동은 <u>전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위</u> 하는 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10	로하스적인 행동은 <u>재생 가능한 원료를 이용</u> 하는 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11	<u>친환경적인 제품을 선택하는 것은 중요</u> 하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12	<u>환경보호에 적극적인 것은 중요</u> 하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13	타성적 소비를 지양하고 <u>지속가능한 재료를 이용한 제품을 선호</u> 하는 것은 중요하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14	로하스 <u>소비자의 가치를 공유</u> 하는 기업의 제품을 선호하는 것은 중요하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
15	<u>전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶을 영위</u> 하는 것은 중요하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
16	<u>재생 가능한 원료를 이용</u> 하는 것은 중요하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

II. 다음은 로하스행동에 대한 귀하 주변인들의 생각과 그에 대한 귀하의 노력 여부에 관한 질문입니다

No	설 문 문 항	매우 그렇지 않다 ↔ 매우 그렇다						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
17	나의 가족은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
18	나의 직장동료들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
19	나의 친구들은 내가 로하스제품을 구매해야 한다고 생각할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
20	일반적으로 나는 가족의 기대에 따라 행동하려고 노력 한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
21	일반적으로 나는 직장동료들의 기대에 따라 행동하려고 노력 한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
22	일반적으로 나는 친구들의 기대에 따라 행동하려고 노력 한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

III. 다음은 로하스제품 이용에 대한 귀하의 의지에 관한 질문입니다.

구 분	설 문 문 항	매우 그렇지 않다 ↔ 보통 그렇다						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
23	로하스제품의 구매여부는 <u>내 판단에 따라 결정</u> 할 수 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
24	내가 원하기만 한다면 <u>일반적인 제품 대신 로하스 제품의 구매</u> 를 할 수 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
25	내 의사에 따라 <u>로하스제품의 구매여부를 결정</u> 한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
26	지속가능성을 고려해 만든 로하스제품은 일반 제품에 비해 <u>추가비용이 발생</u> 한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
27	<u>지속가능한 기법</u> 으로 생산된 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
28	<u>재생 가능한 원료</u> 를 이용 하는 로하스제품을 구별하는 것은 어렵다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
29	지속가능성을 고려해 만든 로하스제품 구매 시 <u>추가비용이 발생한다면 로하스제품을 우선적으로 구매하지 못할 것 같다</u>	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
30	<u>지속가능한 기법</u> 으로 생산된 로하스제품을 구별하는 것이 어려우면 로하스제품을 <u>우선적으로 구매하지 못할 것 같다</u>	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
31	<u>재생 가능한 원료</u> 를 이용 하는 로하스제품을 구별하는 것은 어려우면 로하스제품을 <u>우선적으로 구매하지 못할 것 같다</u>	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

IV. 다음은 로하스제품의 지각된 품질 및 윤리적 규범 측면, 기술적 규범 측면에 대한 귀하의 의견을 묻는 질문입니다.

구분	설문문항	매우 그렇지 않다 ↔ 보통 → 매우 그렇다						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
32	로하스제품은 환경보호 차원 에서 우수한 제품일 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
33	로하스제품은 지속가능 차원 에서 우수한 제품일 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
34	로하스제품은 재생원료사용 차원 에서 우수한 제품일 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
35	로하스제품은 소비가치 차원 에서 우수한 제품일 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
36	로하스제품은 제품 신뢰 차원 에서 우수한 제품일 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
37	나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 의무감 을 느낄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
38	나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 책임감 을 느낄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
39	나는 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 사명감 을 느낄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
40	나는 로하스제품을 구매하지 않는 것에 대하여 자책감 을 느낄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
41	나는 로하스제품을 구매하지 않는 것에 대하여 죄책감 을 느낄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
42	나의 가족 은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지 할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
43	나의 직장동료들 은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지 할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
44	나의 친구들 은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 지지 할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
45	나의 가족 은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 참여 할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
46	나의 직장동료들 은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 참여 할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
47	나의 친구들 은 로하스제품을 구매하는 것에 대하여 참여 할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

V. 다음은 로하스제품 구매에 대한 귀하의 의견을 묻는 질문입니다.

구분	설문문항	매우 그렇지 않다 ↔ 보통 → 매우 그렇다						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
48	나는 지구환경에 미칠 영향을 고려해 생산된 로하스제품 을 구매할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
49	나는 재생원료를 사용한 로하스제품 을 구매할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
50	나는 지속가능한 농법으로 생산된 로하스제품 을 구매할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
51	나는 주변에 로하스제품의 기대효과를 적극 홍보 할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
52	나는 주변에 로하스제품을 추천 할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

VI. 다음은 귀하에 대한 일반적인 질문 사항입니다.

1. 귀하의 성별은 ?

- ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은 ?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상

3. 귀하의 학력은 ?

- ① 고등학교 졸업 ② 대학(교) 재학 또는 수료
③ 대학(교) 졸업 ④ 대학(교) 졸업 이상

4. 귀하(가구)의 월 평균 소득은 ?

- ① 100만원미만 ② 100-200만원 미만 ③ 200-300만원 미만
④ 300-400만원 미만 ⑤ 400-500만원 미만 ⑥ 500-600만원 미만
⑦ 600-700만원 미만 ⑧ 700-800만원 미만 ⑨ 800만 원 이상

5. 귀하의 직업은 ?

- ① 학생 ② 자영업 ③ 사무직 ④ 생산직 ⑤ 판매/서비스직
⑥ 전문직 ⑦ 주부 ⑧ 기타

6. 귀하는 지난 6개월간 로하스제품을 월 몇 회 정도 구매 하셨습니까?

- ① 사용한 적이 없음 ② 1회 ③ 2회 ④ 3회 ⑤ 4회 ⑥ 5회
⑦ 6-10회 ⑧ 11-20회 ⑨ 21회 이상

7. 귀하께서 로하스에 관한 정보를 얻고 있는 주요 매체는 무엇입니까 ?

- ① TV광고 ② 인터넷 ③ 친구 ④ SNS ⑤ 신문 ⑥ 잡지 ⑦ 기타

설문에 응답하여 주셔서 대단히 감사합니다.