

# 자민족중심주의가 불매운동에 미치는 영향

## -불매운동 동기의 조절효과 검증

전향란(인제대학교 소비자학전공 강사)  
제미경(인제대학교 소비자학전공 교수)

### 서론

세계화에 따른 시장개방으로 국가의 경계선은 흐려지고 있지만 국가에 대한 소비자의 인지적 경계선은 아직까지 각인되어 있다. 자민족중심주의란 자국제품을 선호하고 외국제품에 대하여 편견을 갖는 현상으로 Shimp와 Sharma(1987)가 이 개념을 소비자 연구에 적용하기 시작하였다. 즉 소비자자민족중심주의란 외국제품을 구매하는 행동의 타당성 혹은 도덕성과 관련하여 소비자들이 가지고 있는 신념을 나타낸다. 여러 연구에서는 소비자의 자민족중심주의는 외국제품에 대한 평가와 태도, 구매의사, 불매의도에 긍정적, 부정적인 영향을 미치고 있다고 하였으며 품질과 과소비 등에 대한 조절효과를 분석하고 있다(우정 등, 2007).

본 연구는 소비자 자민족중심주의가 불매운동에 미치는 영향을 소비자들이 느끼는 불매운동에 대한 비용과 혜택을 중심으로 다음 연구문제와 같이 살펴보고자 하며 이에 대한 기업과 사회단체의 대응전략에 관하여 논의하고자 한다.

연구문제 1. 소비자 자민족중심주의는 불매운동에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제 2. 불매운동 동기의 조절효과는 소비자 자민족중심주의에 따른 불매운동에 어떠한 영향을 미치는가?

### 연구방법

연구자료는 국내에서 소비자들의 인지도와 선호도가 높지만 국외에서 하청업체의 열악한 노동환경과 인권문제를 일으킨 글로벌기업의 사례를 제시한 후, 국내 성인남녀 500명을 대상으로 온라인 설문을 실시하여 자료를 수집하였다.

조사도구는 소비자자민족중심주의는 Shimp와 Sharma(1987), 우정 외(2007)의 연구를 참고로 6문항에 대해 5점 척도로 측정하였으며, 신뢰도는 .879이다. 불매운동에 대한 혜택동기와 비용동기는 Klien et al.(2004)의 연구를 참고로 각각 7문항과 5문항에 대해 5점 척도로 측정하였으며 신뢰도는 각각 .891, .821로 나타났다. 불매운동은 Klien et al.(2004)의 연구를 참고로 2문항에 대해 7점 척도로 측정하였으며, 신뢰도는 .938이다. 자료분석은 빈도, 백분율, 상관관계수 및 Aiken과 West(1991)가 제안한 조절적 중다회귀분석을 실시하고, 조절효과를 해석하기 위해서 평균중심화(mean centering)된 불매운동 동기의 비용-혜택을 중다회귀방정식에 대입하여 회귀식(Howell, 2002)을 유도하였다.

## 결과

1. 소비자 자민족중심주의는 불매행동에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.
2. 조절효과 검증 결과 불매운동 비용동기만 조절효과를 갖는 것으로 나타났다.

자민족중심주의와 불매운동 비용동기의 상호작용항의 투입은 .024만큼의  $R^2$ 변화량을 가져왔고, 이는 통계적으로 유의하여 유사조절변수로 작용하였다. 즉, 자민족중심주의가 높아질수록 불매운동 참여도 높아지는데, 이러한 영향은 불매운동을 참여하는 데 대해 비용을 지각하는 수준이 높아질수록 커지는 것으로 나타났다. 단순회귀선이 통계적으로 유의한지를 Hayes와 Matthes(2009)의 Modprobe Macro를 이용하여 살펴본 결과, 자민족중심주의가 불매운동 참여에 미치는 단순회귀선이 평균과 평균+1SD에서만 유의한 것으로 나타나 불매운동 비용동기는 자민족중심주의가 불매운동에 미치는 영향을 조절하고 있음을 알 수 있었다.

## 결론 및 제언

이러한 결과는 소비자가 불매운동에 참여하는 과정에서 발생하는 손실과 비용에 대한 인식과 민감함이 자민족중심주의의 영향력을 높이는데 기여함을 나타낸다. 국내기업은 국민정서를 고려하여 자민족중심주의를 활용하고, 외국기업인 경우 제품의 우수성을 강조하는 등 자민족중심주의를 극복할 수 있는 방법을 찾아내는 것이 필요할 것이다. 소비자는 직접적인 피해를 입어 손해를 지각할 때 불매운동에 참여하는 것으로 나타나, 소비자단체 등 시민조직이 조직적인 불매운동을 펼치기 위해서는 불매운동에 따른 비용과 손해를 전략적으로 활용하는 필요가 있다. 이러한 연구는 불매운동에 대한 기업의 올바른 인식과 예방하기 위한 방안 제시하는데 기여할 수 있고 앞으로의 연구에서는 불매운동 동기 외에 새로운 조절변수를 탐색할 필요가 있을 것이다.

## 참고문헌

- 우정, 고원현, 박경도, 허원무 (2007), 자민족중심주의가 외국제품 불매의도에 미치는 영향: 제품 품질 판단과 과시소비에 의한 조절효과를 중심으로, 한국광고홍보학보, 9(4), 230-256.
- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). Multiple regression: Testing and interpreting interactions. SEGA Publications.
- Hayes, A. F., & Matthes, J. (2009). Computational procedures for probing interactions in OLS and logistic regression: SPSS and SAS implementations. Behavior Research Methods, 41(3), 924-936.
- Howell, D. (2012). Statistical methods for psychology. Cengage Learning.
- Klein, J. G., Smith, N. C., & John, A. (2004). Why we boycott: consumer motivations for boycott participation. Journal of Marketing, 68(3), 92-109.
- Shimp, T. A., & Sharma, S. (1987). Consumer ethnocentrism: Construction and validation of the CETSCALE. Journal of Marketing Research, 24(3), 280-289.