

공항면세점 이용객의 인지된 시간압박이 구매행동 및 구매 후 행동의도에 미치는 영향에 대한 연구

An Investigation into the Effect of Passenger's perceived time pressure on the Purchasing behavior and the Behavior intention after purchase at Incheon International Airport

이강열, 최유진, 김문환
한국항공대학교

Lee kang-yeol, Choi yu-jin, Kim Mun Hwan
Korea Aerospace University, Department
of Business Administration

요약

공항면세점 이용객은 항공기 탑승시간으로 인한 제한된 시간으로 인하여 이용객이 느끼는 시간압박과 추가 구매를 유도할 수 있는 충동구매 성향과 이에 따른 영향을 분석하기 위하여 인천국제공항 면세점에서 면세품을 구입한 후 항공기 탑승을 위해 대기 중인 이용객 211명을 대상으로 설문조사를 실시하고 이를 분석하였다. 분석결과 충동구매 성향이 낮은 경우 시간압박은 충동구매 행동 및 재구매 의도에 정(+의 영향을 미치고, 충동구매 성향과 관계없이 만족도는 재 구매 의도에 정(+의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 본 연구는 시간압박 및 충동구매 성향을 고려한 면세점 운영전략 수립에 반영할 수 있을 것이다.

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

2011년에 개항한 한국의 관문공항인 인천국제공항은 국민소득 수준의 향상, 주 5일제 근무시행에 따른 여가패턴 변화, 중국여행객의 증가, 저비용항공사(LCC)의 급속한 성장으로 해외여행의 기회가 많아짐에 따라 공항이용객의 증가와 함께 공항면세점 이용객의 쇼핑활동도 크게 증가하고 있다. 이에 따라 2012년 인천국제공항 매출액 1,6조 원 중에서 64%인 1조원이 비항공 수익으로서 공항면세점의 매출이 가장 큰 부분을 차지하고 있으며 이러한 추세는 2020년까지 7%의 지속적인 성장을 유지할 것으로 기대되고 있다. 그러나 면세점 이용객의 대부분은 항공기 출발 2~3시간 전에 공항에 도착하여 40분이내의 제한된 쇼핑시간으로 인하여 면세점 쇼핑에 제한을 받고 있다.

따라서 본 연구에서는 면세점의 지속적인 매출성장을 위하여 시간압박과 충동구매성향이 구매행동과 구매 후 행동의도에 영향을 주는 경로를 파악하여 각 요인의 관계성을 분석하고 일반화하여 적용할 수 있는 시사점을 도출하여 공항면세점 운영전략 수립에 적용하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 시간압박

소비자 행동의 관점에서 소비자가 구매와 소비행동을 하면서 시간 부족을 느끼는 상태를 시간압박이라 정의하였다⁴⁾. 시간공핍(Time Poverty)를 느끼는 소비자의 주관적 심리상태를 시간압박으로 정의하였다⁵⁾. 시간압박을 개인의 재량적 시간 내에서 사용가능하다고 믿는 활동의 수와 필수적으로 해야 하는 여러 행동을 수행할 수 있다고 믿는 속도 함수의 관계로 정의하였다²⁾. 시간압박을 받는 소비자가 제품구매에 필요한 충분한 시간을 갖지 못하기 때문에 시간압박이 증가할수록 쾌락적 가치는 낮아지고 의사결정을 후회한다고 하였으며¹⁾, 시간압박이 의사결정자를 더욱 도전적이고 즐겁게 하기 때문에 의사결정 과업에 대한 만족을 증가시킬 수 있다고 하였³⁾.

2. 충동구매행동

구매행동의 사전적 의미는 상품 또는 생산재, 중간재 등을 구입하는 구매자의 의사결정행동으로, 소비자 행동의 한 부류로서 개개인의 구체적인 의사결정 행동으로 정의된다. 매장 내 프로모션과 충동구매성향이 구매행동에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 구매행동의 측정변수에 계획구매 외 충동구매 여부를 포함하여 분석한 결과 계획구매를 제외한 충동구매 항목에 대한 유의한 결과를 도출하였다^{최병권}.

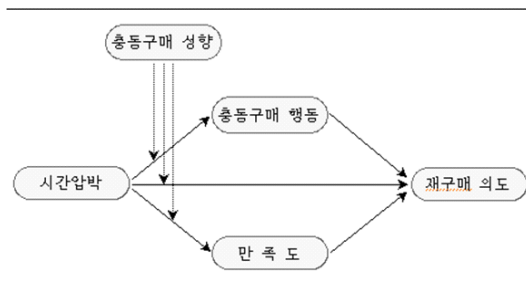
3. 행동의도

행동과 의도의 사전적 의미는 몸을 움직여 동작을 하거나 어떤 일을 하는 것과 무엇을 하고자 하는 생각이나 계획으로서, William Boulding 등(1993)은 행동을 예측하기 위한 요인으로서 소비자가 어떤 대상에 대한 태도를 형성한 후 미래의 특정한 행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념으로 정의하였으며, Lance A. Bettencourt(1997)는 행동 의도를 서비스 조직이 양질의 서비스를 제공할 수 있도록 지원하는 서비스를 제공받은 고객의 자발적이고 재량적인 행위로 개념화 하였다.

Ⅲ. 연구모형 및 분석방법

1. 연구모형

본 연구는 시간압박이 충동구매 행동 및 만족도, 재구매 의도에 미치는 영향을 살펴보고, 충동구매 성향을 조절변수로 하여 상기 영향 관계에 미치는 조절효과를 살펴보고자 한다.



▶▶ 그림 1. 연구모형

2. 분석방법

기존문헌 및 선행연구에 대한 고찰을 통해 시간압박 및 충동구매 성향과 충동구매 행동 및 만족도, 재구매 의도에 관한 연구의 전체적인 흐름을 이해하고 공항면세점에 대한 통계자료를 토대로 실증연구를 병행하였다.

선행연구를 바탕으로 도출된 시간압박 및 충동구매 성향, 충동구매 행동, 만족도, 재구매 의도 변수에 대한 신뢰도를 검증하기 위하여 다중상관자승(Squared Multiple Correlation) 값을 이용한 신뢰도 검증(Reliability Test)을 실시하였고, 이후 확인적 요인 분석(Confirmatory Factor Analysis)를 실시하여 측정변수의 타당도를 검증(Validity Test)하였다.

또한, 측정모형(Measurement Model)과 이론모형(Structural Model)간의 인과관계를 파악하기 위하여 구조방정식 모형 분석(Structural Equation Model Analysis)을 활용하여 분석을 실시하였다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] Barry J. Babin, William R. Darden and Mitch Griffin(1994), "Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value" Journal of Consumer Research, Vol. 20, No. 4, pp. 644-656
- [2] Douglass K. Howes, Johan Ardt(1979) "Determining Consumer Satisfaction through Benefit Profiling", European Journal of Marketing, Vol. 13 Iss : 8, pp. 284-298
- [3] Freedman, Jonathan L.; Edwards, Donald R. McGrath, Joseph E. (Ed)(1988), "Time pressure, task performance, and enjoyment", The social psychology of time : New perspectives. Sage focus editions, Vol. 91, pp. 113-133
- [4] John A. Howard and Jagdish N. Sheth(1969), "The Theory of Buyer Behavior, New York", Wiley, pp.467-487
- [5] Michael R. Solomon(2012) "Consumer Behavior", 10th Edition