

## 비대면 쇼핑에서 상품구매결정에 미치는 요인 분석

임재민\*, 이민정<sup>o</sup>

\*세종사이버대학원 MBA학과,

<sup>o</sup>세종사이버대학원 MBA학과

e-mail: im.jaemin@kisane.com\*, mjlee@sjcu.ac.kr(교신저자)<sup>o</sup>

## Study on Determinants to Goods Purchase Decisions of Unmanned Shopping

Jaemin Lim\*, Minjung Lee<sup>o</sup>

\*Sejong Cyber Graduate School MBA,

<sup>o</sup>Sejong Cyber Graduate School MBA

### ● 요 약 ●

코로나 19로 인해 인류의 생존을 위협받고 주변의 많은 환경이 변화되고 있다. 사람과 사람이 만나는 당연한 일상이 이제는 위협으로 다가오고 있다. 비대면 생활이 일상화되어가고 있는 현재, 온라인 및 모바일을 통한 소통은 이미 우리의 삶 속에 자리 잡고 있다. 우리나라의 인터넷 환경은 매우 잘 발달되어 있어 우리의 생활 곳곳에서 활용할 수 있다. 이러한 인터넷 발달은 사람의 삶의 질을 높여주는 요소들에 도움을 주는데 그것이 바로 비대면 쇼핑이다. 비대면 쇼핑은 상품을 직접 보지 않고 온라인, 모바일, TV 등의 매개체를 통해 구매하는 형식이라 할 수 있다. 최근 코로나 19의 확산으로 인해 이러한 비대면 쇼핑을 통한 구매 활동은 점점 늘어났다. 비대면 쇼핑이 주된 쇼핑형태로 자리잡고 있는 현재, 비대면 쇼핑의 구매 결정에 대한 요인 분석은 소비자 측면에서 의미있는 분석이 될 것이다. AHP 분석기법을 이용하여 소비자 입장에서 비대면 쇼핑의 구매 결정요인으로 작용 하는 항목들에 대한 중요도를 분석하고자 한다.

**키워드:** 비대면쇼핑(Unmanned shopping), 상품구매결정(Determinants to Goods Purchase Decisions), AHP

### I. Introduction

코로나 19라는 전례없는 감염병이 전 세계적으로 퍼져나가면서 언택트 생활이 일상화 되어가고 있다. 언택트 생활은 사람들의 소비패턴도 변화시키고 있다. 사람들의 소비심리가 위축되어 소비가 줄어들고 있는 있지만 깊이 있게 들여다보면 문화 및 취미 생활과 같은 사회활동에 대한 소비는 줄었지만 쇼핑 및 게임과 같은 비대면 활동에 대한 소비는 폭발적으로 증가하였다[1]. 온라인 쇼핑뿐만 아니라 비대면 쇼핑이 더욱 활성화 되면서 모바일 쇼핑, TV 홈쇼핑 등의 쇼핑 유형도 함께 매출이 상승하고 있다. 비대면쇼핑 시장점유를 높이고자 하는 기업들은 자신만의 서비스를 제공하며 소비자들에게 보다 신속하고, 품질이 좋은 상품들을 선보이고 있고, 소비자들의 니즈에 맞게 쇼핑의 유형도 온라인, 모바일, TV 등의 플랫폼을 통해 여러 서비스 및 이벤트를 선보이고 있다. 이때, 소비자들은 비대면 쇼핑이라는 플랫폼을 통해 구매결정을 하기는 과정에서 다양한 요인의 영향을 받고 그에 따라 구매결정을 하게 된다[2]. 쇼핑 유형은 소비자의 구매결정을 유도하기 위해 다양한 시도를 하고 있다.

본 연구에서는 비대면 쇼핑의 쇼핑 유형을 정의하고 소비자가 구매결정에 가장 영향을 미치는 요인들의 중요도를 도출하여 비대면 쇼핑에 대한 소비자들의 구매결정요인을 AHP를 이용하여 우선순위를 파악하고 앞으로의 발전방향을 제시하고자 한다.

### II. Literature Review

[3]은 특정상품에 대한 구매결정요인 분석을 모바일, 온라인 쇼핑별로 구매결정요인을 도출하고 그 효과를 분석하였으며, [4]에서는 구매자 측면의 쇼핑의 구매결정요인들을 상위요인, 하위요인으로 나누어 도출하였다[Table 1]. 비대면 쇼핑의 구매결정요인에 대한 상위요인은 신속성, 상품성, 서비스성, 판매성이다. 신속접근성은 쇼핑상품을 접하고 구매하기까지 얼마나 신속하게 접근할 수 있는지를 말한다. 상품이 마음에 들어도 신속하게 접근하여 구매할 수 없으면 인기상품은 금방 풀절되는 경우가 있다. 신속접근성은 그러한 측면에

서 결정요인의 상위요인으로 선정하였다. 상품성은 상품의 품질, 가격, 디자인 등의 우수성을 말한다. 서비스는 쇼핑 플랫폼에서 제공하는 각종 서비스들을 말한다. 편의성은 구매자가 상품을 구매하는 동안 불편함을 느끼지 않는 것을 말한다.

Table 1. 개념 및 주요내용

대항목	세부항목	항목 설명
신속 접근성	모바일 쇼핑	스마트폰을 이용한 쇼핑. 쇼핑앱을 통해 상품을 보고 개인계정을 생성하여 상품을 구매.
	PC 온라인 쇼핑	PC를 이용한 쇼핑. 인터넷 사이트를 통해 개인계정 생성하여 상품을 구매
	TV 홈쇼핑	TV를 이용한 쇼핑. 별도가입 없이 주로 전화를 이용하여 상품을 구매
상품성	상품에 대한 긍정적 리뷰	품질 및 실물사진 등 상품에 대한 긍정적 리뷰
	기능 및 성능	구매자가 필요로 하는 기능 및 성능을 갖춘 상품
	상품 디자인	기본적인 기능을 갖추고 디자인이 훌륭한 상품
	상품의 가격	일반적인 상품들의 정상 가격
서비스	포인트 적립 서비스	결제 금액의 __%를 포인트로 적립해주는 서비스
	검색 서비스	상품을 찾기 위한 검색서비스(결과내 재검색 등)
	배송 서비스	빠른 배송서비스(새벽, 하루, 안심배송 등)
	할인 이벤트	1+1, 50%, 특가세일 등의 할인 이벤트
편의성	간편결제	간편비밀번호, OO페이 등의 간편결제 시스템
	가격비교	가격비교를 통해 최저가를 안내해주는 서비스
	사용자 인터페이스 (UI)	상품의 카테고리, 검색 등 구매자 맞춤 UI 복잡하지 않고 한눈에 들어오는 UI

중요도를 살펴보면 상품의 가격(0.337), 상품의 긍정적 리뷰(0.258), 기능 및 성능(0.284), 상품의 디자인(0.120) 순으로 나타났는데 상품의 중요도에 있어서 상품가격에 대해 관심이 많고 구매결정에 중요한 요인으로 나타났음을 알 수 있다. 또한 신속접근성의 하위요인에 대한 중요도를 살펴보면 모바일 쇼핑(0.469), 온라인 쇼핑(0.329), TV 홈쇼핑(0.201) 순으로 나타났는데 이는 모바일 쇼핑의 플랫폼이 점점 높아지고 신속한 접근을 위해 지속적으로 쇼핑 앱을 업데이트함으로써 소비자의 접근성을 높인 것이 소비자들의 구매결정에 긍정적인 영향을 미쳤을 것으로 분석된다. 편의성의 하위요인에 대한 중요도 결과는 가격비교(0.555), 간편결제(0.245), 사용자 인터페이스(0.213) 순으로 나타났다. 편의적인 측면에서는 오픈마켓들의 가격표를 비교해주고 최저가를 보여주는 가격비교 기능이 소비자들에게 영향을 미치는 것으로 분석된다. 서비스 측면에서는 포인트 적립 서비스(0.346), 배송 서비스(0.294), 검색 서비스(0.169), 할인 서비스(0.190) 순으로 나타났다.

향후 최근 비대면 서비스의 특성들을 고려하여 연구모형을 수정하고, IT 기업 근무자 이외의 비대면 서비스가 필요한 특수사회층에게 확대실시하여 비대면온라인쇼핑의 발전방안에 대해 제시하고자 한다.

## REFERENCES

- [1] “한국 모바일 속도, 세계 1위...” (2020.10.28.) 「연합뉴스」
- [2] 황도연(2015) “모바일 쇼핑 앱을 통한 구매가 고객충성도에 미치는 영향” 「고려대학교 대학원」
- [3] 최빛나, 한경일(2018), “모바일 소셜 커머스 특성이 구매의도에 미치는 영향”
- [4] 왕우, 권순동(2015), “공동구매형 소셜 커머스의 재구매의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구” 「충북대학교 대학원」

### III. The Proposed Scheme

비대면 쇼핑시 구매결정의 우선순위를 도출하기 위해서 IT기업에 근무하는 직원 20명을 대상으로 하여 구매결정의 우선순위를 도출하였다.

### IV. Results

AHP 기법을 통하여 도출된 비대면 쇼핑의 구매결정에 미치는 요인의 상위요인의 중요도의 경우 상품성(0.356), 신속접근성(0.295), 편의성(0.185), 서비스(0.164) 순으로 나타났다. 이 결과에 따르면 오프라인 매장이 아닌 비대면 쇼핑에 의한 구매결정은 구매자가 보다 면밀하게 상품에 대해 관찰하고 상품성을 판단하겠다는 의견이 담겨있다고 볼 수 있을 것이다. 아울러서 상품성의 하위요인에 대한