

대학생의 복권구매의도와 관련변인에 관한 연구

Factors That Affect the Lottery Purchasing Intentions of University Students

전남대학교 생활환경복지학과, 생활과학연구소

강 사 김 미 라*

교 수 황 덕 순**

Dept. of Family Environment and Welfare, Human Ecology Research Institute, Chonnam National Univ.

Lecturer : Kim, Mi-Ra

Professor : Hwang, Duck-Soon

<Abstract>

This study explores the factors that affect the lottery purchasing intentions of university students. Self-administered questionnaires were completed by 504 students attending four universities in Kwangju South Korea. The conclusions are as follows: First, approximately 43% of respondents participated in at least one lottery purchase and the frequency of lottery purchases during the last 12 months was 4.84. Gender issues were considered since almost twice as many males reported lottery purchases. Second, males were affected by attitudes toward lotteries; females were affected by past behavior, subjective norms, and attitudes toward lotteries. It was hypothesized that the attitudinal message would change behavior for male students while the accurate information and the normative message would also be effective for female students. The fact that just about half of the respondents have previously participated in gambling vis-à-vis lotteries shows consumer educators that lottery purchases by youth is a social policy issue in need of systematic and scientific attention.

▲주요어(Key Words) : 복권(lotteries), 주관적 규범(subjective norms), 사전경험(past behavior), 구매의도(purchasing intention)

I. 서론

오늘날 복권은 전세계적으로 널리 퍼져있는 현상으로, 우리나라를 비롯한 많은 국가들이 큰 저항 없이 세금을 조성할 수 있다는 점 때문에, 복권사업을 중요한 세입원으로 채택함으로써, 정부가 복권산업의 운영 주체가 되었으며, 복권행동은 법에 의해 보호받는 합법적인 활동이 되었다.

현행 “복권 및 복권기금법”에 따르면, 복권이란 “다수인으로부터 금전을 모아 추첨 등의 방법에 의하여 결정된 당첨자에게 당첨금을 지급하기 위하여 발행하는 표권”으로 정의

되며, 복권의 유형은 추첨식인쇄복권, 즉석식인쇄복권, 추첨식전자복권, 즉석식전자복권, 온라인복권으로 분류된다.

가장 널리 알려져 있는 로또는 온라인복권으로서, 복권의 최종구매자가 주어진 숫자배열들 중에서 요구되는 개수의 숫자를 직접 선택하거나 전산에 의해 자동으로 부여받은 후, 주 1회 지정된 추첨시간에 추첨을 통해 결정된 당첨번호와 개인의 번호가 일치하는 개수에 따라 상금을 타는 매우 단순한 숫자 게임이며, 제도권 내에 들어있지 않아 불법적인 것으로 분류되는 인터넷 복권과는 구별된다.

2008년 복권의 순매출액은 1조 114억원으로서 제도권내 사행산업들의 순매출액이 1조 8,473억원이었음을 고려할 때, 순매출액 대비 기금기여율이 85.3%로 제도권내 사행산업들 중에서 가장 높았으며, 복권 내에서는 로또 복권이 차지하는

* 주 저 자 : 김 미 라 (E-mail : mrkim@jnu.ac.kr)

** 교신저자 : 황 덕 순 (E-mail : hds420@jnu.ac.kr)

비율이 가장 높았다(사행산업통합감독위원회, 2009).

복권을 도박으로 볼 것인가 오락으로 볼 것인가? 카지노나 경마를 도박이라고 부르는 데에는 이견이 없지만, 복권은 도박으로 지각되는 경향이 가장 낮다(Lange, 2001). 그러나 사행산업을 통합적으로 관리감독하기 위해 2007년 9월에 새로이 구성된 조직인 사행산업통합감독위원회에서는 현재 관련 법에 의해 실시되고 있는 경마, 경륜, 경정, 카지노, 복권, 그리고 체육진흥투표권(토토, 프로토)을 관리대상에 포함함으로써, 정부도 카지노나 경마 외에 복권을 사행산업으로 인정하고 있다는 것을 알 수 있다.

또한 도박을 '결과가 부분적으로라도 기회로 결정되는 어떤 사건에 돈이나 다른 가치있는 소유물의 위험을 감수하는 행동'이라고 정의한 Whelan 등(2007)이 도박의 유형에 복권, 스포츠 풀, 카지노, 골프내기, 점, 주식시장 등을 포함하면서, 이들에 대해 게임이나 투자, 내기와 같은 용어를 사용하기도 하지만 대개는 도박이라고 부른다고 한 것을 포함하여, 복권 관련 선행연구자들은 간혹 lottery playing이라는 용어를 사용하는 경우도 있으나, 대부분의 경우 복권을 도박(gambling)의 범주 안에 넣고 있고 있다. 복권이 도박으로 취급되는가의 여부는 도박행동의 설명이나 대응에 사용되는 접근법의 이용 여부를 결정하기 때문에 매우 중요한 함의를 갖는다.

도박은 위험감수(risk-taking)행위라고 할 수 있으며, 이러한 위험감수 성향은 나이가 많은 층보다는 젊은 층의 경우 더 위험을 감수하는 성향이 높다. 실증분석 결과, 실제로 젊은 층일수록 도박참여도가 높은 것으로 나타났으며(김석준, 1996), 특히 대학생의 경우 문제가 되는 수준의 도박을 하고 있는 비율이 여러 연령층 중에서 가장 높았다(Neighbors 등, 2002). 예컨대, 일반 국민의 병리도박 수준이 1.6%일 때 대학생의 경우는 5%였고, 일반 국민의 문제수준도박이 3.85%일 때, 대학생의 경우는 9%를 넘어섰다(Shaffer et al., 1997; Neighbors et al., 2002에서 재인용).

복권은 여러 가지 도박 유형들 중에서 가장 대중적이며(Ladouceur 등, 1998), 젊은이들에게 도박의 흥미로운 속성을 소개하는 잠재적으로 중독적인 활동으로서, 도박의 문을 여는 열쇠이다(Felsher et al., 2004). 실제로 부모의 복권도박이 자녀의 복권도박에 영향을 미치며, 미성년자의 복권도박이 성인기 도박의 전조역할을 하기 때문에(Browne & Brown, 2001), 소수의 고위험군이 될 수 있는 잠재적인 다수의 저위험군인 젊은 층의 복권행동에 관심을 기울일 필요가 있다고 하겠다.

그동안 도박에 대한 인식은 제대로 이루어져있지 않아서, 도박을 하는 10명 중 약 9명은 자신이 도박을 하지 않는다고 생각하며, 특히 넓게 광고되고 소요금액이 적으며 길거리의 소매점에서도 판매되는 복권은 사회적으로 무해한 것으로 인식되고 있다(Felsher et al., 2003). 오히려 복권을 사회적으로 수용할만한 것으로 지각하여 좋은 여가활동으로 생각

하거나, 자녀나 친지에게 복권을 하기도 하는 등(Felsher 등, 2003), 부모나 교육자도 젊은이들의 도박 습관에 주의를 기울이지 못하고 있으며(Bergevin et al., 2006), 그 결과 청소년과 아동의 경우에도 복권은 일반적인 것이 되었다(Derevensky et al., 1996; Grun & McKeigue, 2000).

물론 지나치지 않은 정도의 복권활동은 개인의 스트레스 해소에 도움이 될 수 있으며, 시장의 형성을 통한 폐해의 최소화 등의 긍정적인 영향을 가질 수도 있으므로 부정적인 영향뿐만 아니라 긍정적인 영향을 동시에 고려할 수 있는 균형잡힌 시각이 필요하다.

이러한 사회정책적인 이슈를 효과적으로 다루는 방법으로 첫 단계는 인식의 재고일 것이다. 이는 먼저 복권에 대한 인식수준이 어느 정도 수준에 달해야만 예방 및 개입 프로그램을 도입할 수 있기 때문이다. 이를 위해 복권을 주제로 한 다양한 연구활동이 선행되어야 할 것이다. 다양한 측면에서의 연구결과는 소비자의 인식수준을 향상시킬 뿐만 아니라 정부와 관련 기업들에게도 우리 사회가 해당 사업의 향방에 관심을 가지고 있음을 보임으로써, 자율적으로 규제할 수 있도록 하는데 영향을 줄 것이다.

그러나 복권의 확산속도에 비해 복권에 관련된 문제에 대한 학계의 연구는 그리 많지 않다. 사회정책적으로 다른 유형의 도박에는 비교적 많은 주의를 기울여 지고 있으나, 복권에 대해서는 그다지 관심을 쏟지 않고 있는 것으로 보인다. 그동안의 연구들도 대부분이 심리학이나 경제학, 보건학 등에서 접근된 것으로, 지금까지 가정학의 연구는 1편 뿐이며(정민자 등, 1993), 소비자학의 연구는 없는 실정이다.

소비자학적 접근은 복권도박자를 복권산업의 소비자로, 복권도박문제를 사회구조적인 소비자문제로서 개념화함으로써, 개인 및 가정의 건강을 위해서 뿐만 아니라, 건강가정 양성을 위한 공공정책의 마련에도 기본적인 정보를 제공할 수 있다는 점에서 필요하다. 특히 소비자교육자들은 제도권 내외의 복권도박이 우리 사회가 직면한 주요한 문제라는 사실을 깨달아야 하며, 적절한 개입이 실시된 경우 빈도가 높은 행동도 자동수행으로 습관화되지 않을 수 있기 때문에(Ajzen & Fishbein, 2000), 복권구매행동이 습관화되기 전에 인지적인 재평가를 통해 합리적인 구매의사결정을 하도록 돕는 적절한 개입활동을 실시해야 할 것이다.

본 연구는 대학생의 복권구매행동에 영향을 미치는 행동적, 심리적 기제들을 파악함으로써, 복권도박에 대한 인식을 향상시키기 위한 소비자교육 프로그램을 마련하는데 필요한 정보를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 태도

도박에 대한 태도와 신념이 도박행동의 예측에 신뢰할 만한 것으로 보고되어 왔으므로(Breen 등, 1999), 본 연구에서는 대학생의 복권구매행동을 예측하는 데 태도변수를 독립변인으로 조사하고자 한다.

1) 태도의 정의와 구조

소비자행동의 수행에는 여러 가지 영향 요인이 관련되어 있기 때문에 “왜”, “어떻게”에 대한 주제에 답을 하는 것은 매우 어려운 일이다. 그 중에서 태도는 소비자행동연구에서 매우 중요한 주제로 다루어져왔다. 태도의 어원은 라틴어의 앵투스(aptus)로서, 신체적인 자세를 의미한다. 우리는 어떤 사람이 취한 신체적 자세에서 그가 다음에 취할 행동에 대한 암시를 얻을 수 있다. 학자들은 태도를 인간의 정신적 자세와 관련하여 사용하게 되었다. 즉 태도를 보고 그의 행동경향을 유추하는 것이다(임종원 등, 1999).

태도에 관련된 선행연구들을 검토하기 전에 태도에 대한 개념정의를 살펴볼 필요가 있다. 학자들마다 태도에 대한 정의를 조금씩 달리 하고 있어서 매우 다양한 개념정의와 조작화를 찾아볼 수 있는데, 그 중에서 태도의 구조를 설명할 수 있는 주요한 두 가지 개념정의를 살펴보았다.

먼저, 태도를 개인이 어떤 대상에 대해 얼마나 긍정적 또는 부정적, 호의적 또는 비호의적, 찬성 또는 반대로 느끼는가 하는 대상에 대한 느낌 또는 평가적 반응으로 정의하는 것이다(Loudon & Della Bitta, 1988). 이러한 정의에 따르면 대상에 대한 소비자의 태도는 대상에 대한 소비자의 전반적 평가와 동일한 것으로 측정할 수 있다.

다음으로, 태도를 개인세계의 어떤 측면에 대한 동기적, 감정적, 지각적, 인지적 과정의 지속적인 조직(organization)으로 정의한다(Krech & Crutchfield, 1948; Loudon & Della Bitta, 1988에서 재인용). 이러한 정의에 따르면 태도는 인지적(cognitive) 또는 지식, 감정적(affective) 또는 정서, 행동적(conative) 또는 행동경향의 3가지 구성요소를 가지며, 태도를 파악하기 위해 이 3가지 요소들을 측정할 필요가 있다.

위의 두 가지 개념정의를 포함하여 많은 태도에 대한 정의들은 “대상이나 개념에 대한 감정적인 반응이나 전반적인 평가”라는 공통점을 담고 있다. 본 논문에서는 복권에 대한



<그림 1> 단일요소 구조

태도를 소비자가 복권에 대해 전반적으로 가지는 호의적 또는 비호의적인 평가로 정의하고, 이를 단일요소로서 측정하고자 한다.

2) 태도와 소비자행동

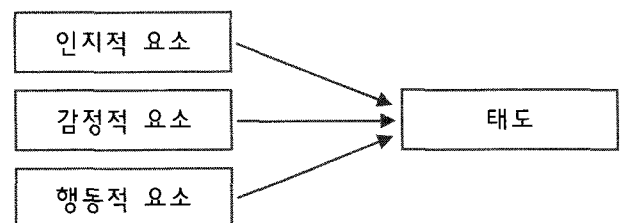
태도-행동의 관계를 설명하는 모델들 중에서 가장 널리 받아들여져 온 모델은 대상에 대한 태도(attitudes toward objects : 이하 Ao)가 대상에 대한 행동(behavior : 이하 B)을 설명한다고 한 Fishbein의 Ao모델이었다(이학식·김영, 2000).

태도에 관한 초기 연구들은 조직과 기관, 소수 집단 그리고 특정 개인에 대한 행동을 포함한 여러 사회적 행동에 대한 태도를 평가하였으나, 태도-행동간 관계는 약하거나 불일치하는 것으로 보고됨으로써(Himelstein & Moore, 1963; Warner & DeFleur, 1969), 태도변수를 포기하려 했던 때도 있었다(Ajzen & Fishbein, 2005).

이에 대해 Kelman(1974)은 태도는 행동과 분리될 수 없는 행동의 핵심이며, 행동은 태도가 형성되고 발달 및 수정되는 토대로서, 태도와 행동은 지속적이고 호혜적이며 순환적인 과정 속에서 연결된다고 주장하면서, 관련 연구들의 검토를 통해 태도와 행동과의 관계가 약하거나 불일치한 것으로 보고하고 있는 연구들은 태도와 행동을 적절히 측정하지 못하였거나, 또는 사회적 제약을 포함하지 못하였거나, 예측하고자 하는 행동상황을 정확히 분석하지 못하였기 때문이라고 설명하였다.

Fishbein과 Ajzen(1975)은 대상에 대한 전반적인 태도인 Ao는 특정행동과 강한 관련이 없으며, Ao가 아닌 행동에 대한 태도(attitudes toward behaviors : 이하 Ab)가 행동의도(behavioral intention : 이하 BI)와 강하게 관련되어 있다고 하면서, Ab가 BI와 관계가 있음을 보여주었고, Ab와 BI의 관계는 많은 연구자들에 의해 실증적으로 지지되었다(Ajzen & Fishbein, 1980; Bentler & Speckart, 1979, 1981; Bonfield, 1974; Davidson & Jaccard, 1979; Manstead et al., 1983; Zuckerman & Reis, 1978).

그러나 자원의 제약을 받는 소비자구매행동은 일반적인 인간의 행동과는 다를 것이다. 실제로 소비자구매행동에 관한 한 연구는 제품에 대한 소비자의 태도인 Ao가 호의적일수록 BI가



<그림 2> 3요소 구조

높아질 것이라고 가설을 세우고 실증분석한 결과, Ao가 BI에 직접적인 영향을 미치는 중요한 요인이라고 하였다(이학식·김영, 2000). 그 외에도 많은 연구들이 Ao가 행동에 미치는 정적인 영향을 확인하였다(Ajzen, 1971; Ajzen & Fishbein, 1977; Fishbein & Ajzen, 1974, 1975; Zanna et al., 1980).

특히 Ajzen & Fishbein(2005)은 태도-행동에 관한 많은 선행연구들을 검토한 결과, 태도의 대상이 되는 행동이 보다 넓은 범위의 것인 경우에는 Ao가, 특정 행동인 경우에는 Ab가 행동을 더 잘 예측한다고 하였다. 본 연구의 경우 복권의 구체적인 종류를 구분하지 않고 전반적인 복권에 대한 구매 의도를 측정하였기 때문에 특정 행동에 대한 태도인 Ab보다 대상에 대한 전반적인 태도인 Ao가 더 적합하다는 판단에 따라 소비자의 복권구매의도에 영향을 미치는 태도변인으로 Ao를 사용하였다.

2. 주관적규범

대학생의 복권행동이 부모와 또래의 복권행동과 유의하게 관련되는 것으로 보고하는 연구들이나(Brown et al., 1992; Coups et al., 1998), 특히 추구관련 복권행동의 경우 '복권을 하지 않으면 집단에 낄 수 없어서'와 '함께 하면 재미있어서'와 같이 사회적인 문제로 인한 압력 때문에 성공률과는 상관 없이 지속적으로 복권행동을 한다고 보고하는 연구(Rogers, 2001)는 대학생의 복권행동에 사회적 요소가 영향을 준다는 것을 보여준다. 태도이론에서도 태도가 행동의 유일한 결정인자라고 제안하지는 않는다. 기존의 Fishbein's Ao모델을 발전시킨 합리적행동이론(theory of reasoned action : 이하 TRA)은 BI를 B의 선행단계로 설정하고, 이를 결정짓는 요인으로서 Ab와 주관적 규범(subjective norms : 이하 SN)을 제시하고 있다.

Ab가 행동에 미치는 개인적 영향을 보여주기 위한 것이라면, SN은 행동에 미치는 사회적 환경의 영향을 보여주기 위한 것으로서, 타인의 승인여부를 평가하는 규범적 신념을 의미하며, Fishbein과 Ajzen(1975)은 규범적 압력으로 설명하였으며, 김정운과 이누미야 요시유키(2003)는 SN을 중요한 타자(significant others)로부터의 기대에 의해 형성되는 행동의 기준이라고 정의하였다. 중요한 타자 즉 준거인은 행동상황에 따라 다를 수 있으며(Ajzen, 1971), 특히 가족이나 친구, 동료 등 개인과의 상호작용이 활발히 일어나는 준거집단은 개인의 구매의사결정에 영향을 미칠 수 있을 것이다.

Bagozzi 등(2000)은 문화를 독립적 문화와 상호의존적 문화로 구분하여 설명하면서, 한국을 포함한 상호의존적인 자아 개념을 가진 사람들은 순종적, 사회중심적, 연결적, 관계지향적이므로 SN에 의해서 행동하는 경향이 있다고 하였다. 특히 Singh 등(1995)은 동양권 사회에서 그 영향이 두드러지게 나

타난다고 하였다. 일반적으로 SN과 BI의 관계는 정적으로 유의한 것으로 받아들여지고 있다(Ajzen, 1991; Ajzen & Madden, 1986; Ajzen & Manstead, 2007; Bentler & Speckart, 1979; Fishbein & Ajzen, 1975; Schifter & Ajzen, 1985; 이학식·김영, 2000).

BI의 예측에 있어서 A와 SN의 상대적 영향력은 대상이나 상황에 따라 다를 수 있다. 선행연구들은 개인적인 소비를 위한 구매행동의 경우 Ab가, 선물을 하기 위한 구매행동의 경우는 SN이 더 큰 영향력을 행사하고(Ajzen & Fishbein, 1980), 행동지향성이 강할수록 Ab가, 상태지향성이 강할수록 SN이 상대적으로 더 큰 영향력을 가지며(Bagozzi 등, 1992), 투표 행동에 있어서 Ab가 SN보다 더 큰 영향력을 가지고 있다고(Singh et al., 1995) 보고하고 있다. 또한 사람에 따라 어떤 사람은 A가, 어떤 사람은 SN이 더 나은 BI의 예측자라는 연구결과도 보고되었다(Trafimow & Finlay, 1996; Finlay et al., 1999).

그러나 메타분석 결과 SN-BI(.34~.42) 보다 A-BI(.45~.60)의 상관성이 전반적으로 더 높은 것으로 나타나서, SN보다 A가 BI에 더 큰 영향을 미칠 것이라고 예측되며(Albarracín et al., 2001; Sheeran & Taylor, 1999; Sheppard 등, 1988), 실증 분석 결과들은 A가 BI에 미치는 영향은 분명하지만, SN의 영향은 낮거나 유의하지 않은 것으로 보고하고 있다(Armittage & Conner, 1999; Conner & McMillan, 1999; Courneya, 1995; Kim 등, 2003; Nejad et al., 2005; Norman & Hoyle, 2004; 이학식·김영, 2000). 이는 해당 행동에 있어서 개인적인 고려가 지각된 사회적 압박의 영향을 억누를 수 있음을 보여주는 것이다(Ajzen, 1991).

SN은 중요한 준거인 또는 집단이 주어진 행동수행을 승인할 가능성과 관련된 규범에 대한 신념(normative belief)과 이에 순응하려는 동기(motivation to comply)의 곱으로 측정된다. 그러나 순응동기가 오히려 신념과 SN의 상관을 억제하는 경향으로서, 순응동기를 제거한 경우 신념과 SN의 상관성이 높은 것으로 나타났다(Ajzen & Fishbein, 1969, 1970). 최병용(1991)도 SN이 소비자의 준거인(가족, 친구, 동료 등)이 소비자가 취하려 하는 행동을 어떻게 생각하는지(호의적 보는지 혹은 비호의적으로 보는지)에 대한 그 개인의 생각을 평가함으로써 직접 측정될 수가 있다고 하였다. 따라서 본 연구에서는 SN을 중요한 준거인 또는 집단이 주어진 행동수행을 승인할 가능성과 관련된 규범에 대한 신념으로 측정하고자 한다.

3. 사전경험

모델의 장점은 간결함이다. 그러나 인간행동은 특히 소비자의 구매행동은 인지적, 환경적, 인구통계학적인 요인들이 복합적으로 영향을 미치는, 상당히 복잡한 것이다. 국내외의 연구자들은 Ajzen(1985)이 TRA에 지각된 행동통제(perceived be-

havirrol control : pbc)를 추가하여 모델을 확장한 것과 같이, 특정 영역의 역동적인 과정을 보여주기 위해서는 이론적인 연결을 바꿔보거나, 설명력이 높은 다른 변수를 추가하여 모델 확장을 시도할 필요가 있는데, 그 예로서 사전경험이 Ao나 BI에 큰 영향을 미칠 수 있을 것이라고 하였다(Bentler & Speckart, 1979; Sheppard 등, 1988; 이학식·김영, 2000).

소비자의 행동은 관찰자에게 하나의 정보투입이 될 수 있다. 관찰자는 타인 뿐만 아니라 소비자 자신도 될 수 있다. 이와 같이 외적 단서 즉 행동을 보고 자신의 내적 상태 즉 태도를 추론하는 과정은 자기지각이론으로 설명할 수 있다. 즉, 소비자가 특정 구매행동을 수행하고 나서 그에 맞는 구매행동의 근거 즉 태도를 규정할 수 있다는 것이다.

사전경험과 태도와의 관계는 인지적부조화이론(cognitive dissonance theory)으로도 설명할 수 있다. 즉 사전경험은 행동의 수행을 통제하는 내적/외적 요소들의 작용을 반영하는 것으로서, 소비자는 자신의 태도가 일관적으로 유지되기를, 적어도 그렇게 보이기를 바라며, 태도와 행동 사이에 부조화가 나타나는 경우 이를 해소하여 일관성을 유지하고자 한다. 만약 사전경험으로 인해 부조화가 발생된 경우에는 태도를 바꾸어서라도 부조화를 해소하려고 할 것이고, 이로 인해 변화된 태도는 다음 행동에 영향을 줄 것이다.

실제로 많은 연구자들은 사전경험이 태도에 영향을 미친다고 보고하였으며(Bentler & Speckart, 1981; Doll & Ajzen, 1992; Kelman, 1974), 직접적인 경험에 의해 영향을 받은 태도가 비행동적 경험 위에 형성된 태도보다 미래 행동을 더 잘 예측한다고 보고하고 있다(Regan & Fazio, 1977; Zanna 등, 1980). Fishbein과 Ajzen도 초기에는 사전경험이 태도를 통해서 간접적으로 행동에 영향을 준다고 보았다(Bentler & Speckart, 1979).

반면, 여러 연구자들은 사전경험이 미래행동의 직접적인 예측자라고 하는 행동주의이론가들의 제안을 실증분석을 통해 지지하였다(Ajzen & Fishbein, 2000; Bagozzi et al., 1992; Bentler & Speckart, 1979; Ouellette & Wood, 1998). Bentler와 Speckart(1979)는 대학생의 알콜 및 마약의 소비행동에 대해 실증분석을 실시한 결과, 사전경험을 추가하였을 때 행동의 예측력이 증가되었으며, 사전경험이 BI에 직접적인 영향력을 가진다고 보고하였고, Bagozzi 등(1992)도 쿠폰사용행동에 있어서 사전경험을 회귀식에 포함한 결과, BI에 직접적인 영향력을 가지고 있었으며, 사전경험을 포함하기 전에 비해 설명력은 37%에서 58%로 크게 증가하였으나, Ab의 독립적인 영향력은 매우 감소하였다고 보고하면서, 사전경험이 일종의 정보투입으로서 A와 SN과 함께 BI에 직접적인 영향을 주며, Fishbein-Ajzen 모델의 배경변인들이 A와 SN을 통해서만 BI에 간접적으로 영향을 준다는 주장은 적어도 이런 맥락 즉 쿠폰사용행동에 있어서는 근거가 없다고 하였다.

또한 본 연구에서는 해당 행동을 수행하려 하는 의도인 BI를

행동의 예측변수로서 설정하고 이에 영향을 미치는 요인을 탐색하였다. 주어진 행동의 수행에 대한 주관적 가능성으로 정의되는 BI는 행동수행의 직접적인 결정요인으로서(Ajzen & Fishbein, 1980), 행동예측에 필요충분조건이며(Ajzen, 1971), 행동의 단일한 최고의 예측자이다(Bentler & Speckart, 1979).

BI가 강할수록 행동을 실행에 옮기는 경향이 높을 것이다. 실제로 많은 연구들이 실증분석을 통해 BI와 B의 관계를 증명하였다(Ajzen & Manstead, 2007; Albarracin et al., 2001; Bagozzi, 1981; Bentler & Speckart, 1981; Fishbein & Ajzen, 1975; Nejad et al., 2005; Ouellette & Wood, 1998; Pomazal & Jaccard, 1976; Sheeran & Taylor, 1999; Sheppard et al., 1988; Zuckerman & Reis, 1978).

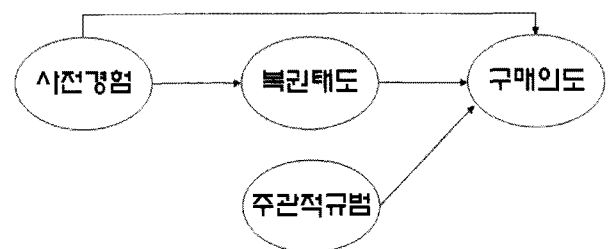
일반적으로 통제의 문제가 그다지 없는 자발적 행동의 경우 BI가 B를 잘 예측하는 것으로 알려져 있다. 그러나 빈번하게 수행되는 행동 즉 습관적인 행동의 경우에도 일반적인 규칙처럼 BI가 B를 잘 예측한다고 보고되고 있다(Ouellette & Wood, 1998).

마지막으로 대학생의 복권행동이 부모나 또래의 복권행동과 같은 사회적인 요소에 의해 영향을 받는데 이때 또래의 영향이 남학생에게서 더 강하게 나타난다고 한 연구와(Browne & Brown, 2001), 10대들의 슬롯머신행동 관찰연구에서 부모가 특히 남학생의 도박행동을 촉진한다고 보고하고 있으며(Griffiths, 1990), 중다회귀분석 결과 도박참여도에 유의미한 영향을 미치는 변수들 중에서 성별이 가장 설명력이 높았다고 한 김석준(1996)의 보고 등을 고려할 때, 대학생의 복권도박행동에도 성차가 있을 것으로 보이므로 성별을 조정변인으로 포함하고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구모형

본 연구에서는 독립변인으로 개인의 심리적 요인인 Ao와 개인이 지각하는 사회적 압력을 나타내는 SN 외에 사전경험이 BI에 미치는 상대적인 영향력을 검증해 보고자 하였다.



<그림 3> 연구모형

2. 연구가설

선행연구 고찰을 통해 Ao와 SN 뿐만 아니라 사전경험이 소비자구매행동에 영향을 주는 중요한 변인이라는 것을 확인하였다. 본 연구에서는 Ao와 SN, 사전경험이 복권구매의도를 결정짓는 변인인가를 실증하기 위해서 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- <가설 1> 복권태도는 복권구매의도에 정적인 영향을 미칠 것이다.
- <가설 2> 주관적규범은 복권구매의도에 정적인 영향을 미칠 것이다.
- <가설 3> 사전경험은 복권구매의도에 정적인 영향을 미칠 것이다.
- <가설 4> 사전경험은 복권태도를 매개로 하여 복권구매의도에 정적인 영향을 미칠 것이다.
- <가설 5> 성별에 따라 복권구매의도에 대한 변인들의 상대적 영향력이 다를 것이다.

3. 용어의 조작적 정의 및 측정도구

1) 사전 경험

복권의 종류에 관계없이 그동안 복권을 구매한 빈도를 의미하는 것으로서, 최근 1년 동안의 복권구매횟수를 연속형 변인으로 측정하였다.

2) 복권에 대한 태도

복권에 대한 개인의 호의적/비호의적인 평가를 의미하는 것으로서, 김정운과 이누미야 요시유키(2003)의 연구에서 사용된 문항을 수정·보완하여 4문항으로 구성하였으며, '전혀 그렇지 않다'의 1점에서부터 '매우 그렇다'의 5점까지를 양극단으로 하는 5점 리커트형 척도(a 5-point Likert scale)로서, 점수가 높을수록 복권에 대해 호의적으로 평가함을 의미한다. 요인분석 결과 1개 요인인 것으로 나타났으며, 내적합치도(cronbach's α)는 .88이다.

3) 주관적 규범

개인이 지각한, 복권을 구매하도록 하는 사회적 압력으로서, 김정운과 이누미야 요시유키(2003)의 연구에서 사용된 문항을 수정·보완하여, 2문항으로 평가하도록 하였으며, '전혀 그렇지 않다'의 1점에서부터 '매우 그렇다'의 5점까지를 양극단으로 하는 5점 리커트형 척도로 구성하였다. 원래의 문항들이 점수가 낮을수록 주관적 규범의 수준이 높음을 의미하도록 구성되었으나, 결과를 분석함에 있어서 선행연구결과와의 비교를 용이하게 하기 위해 역점수로 계산하였기 때문에 점수가 높을수록 주관적 규범의 수준이 높음을 의미한다.

4) 복권구매의도

소비자가 앞으로 복권을 구매하거나 다른 사람에게 추천할 것인가에 대한 주관적인 의도를 의미하는 것으로, '전혀 그렇지 않다'의 1점에서부터 '매우 그렇다'의 5점까지를 양극단으로 하는 5점 리커트형 척도의 2문항으로 구성하였으며, 점수가 높을수록 복권구매의도의 수준이 높음을 의미한다. 척도에서 사용한 문항들은 다음 <표 1>에 제시하였다.

4. 조사대상 및 자료수집

조사대상은 광주광역시 소재 4년제 대학교 4곳의 학생들로 제한하였다. 조사대상을 대학생으로 제한한 것은, 성인기의 문제도박에 전조역할을 할 수 있으므로 인생초기의 도박경험에 대한 연구가 시급히 실시될 필요가 있으나, 이 시기에 비로소 법적으로 복권구매가 허용되는 연령에 도달하기 때문이다. 또한 아직 안정적인 소득원이 확보되지 않은 시기이기 때문에 일반 성인들과 다를 뿐만 아니라, 아르바이트를 통한 임시적 소득의 획득으로 자유재량 소득이 대학생 시기 이전에 비해 매우 많아지는 시기이기 때문에 아동 및 청소년의 복권구매행동과도 다른 양상을 보일 것이라는 판단에 따른 것이다.

본 조사는 2008년 5월 19일부터 2008년 5월 30일까지 실시하였으며, 담당교수의 협조를 받아 강의시간 중에 연구의도를 설명한 후 설문지를 배부하고 설문문항에 응답하도록 한 후

<표 1> 척도의 구성

성 별	문 항	척 도	신뢰성
복권에 대한 태도 (Ao)	나는 복권이 좋다 나는 복권이 재미있다. 나에게 복권은 매력적이다. 나에게 복권은 가치가 있다.	전혀 그렇지 않다 ~ 매우 그렇다의 5점 척도	cronbach's α = .88
주관적 규범 (SN)	내 가족들은 내가 복권을 구입하는 것을 좋아하지 않을 것이다. 내 친구들은 내가 복권을 구입하는 것을 말릴 것이다.	전혀 그렇지 않다 ~ 매우 그렇다의 5점 척도	
구매의도(BI)	나는 앞으로 복권을 구매할 것이다. 나는 앞으로 복권을 친지들에게 사도록 권유할 것이다.	전혀 그렇지 않다 ~ 매우 그렇다의 5점 척도	

바로 회수하였다. 학교별 그리고 성별, 학년별로 고르게 표집하기 위해, 각 학교에서 교양수업을 듣는 학생들 중 150명씩 총 600명을 계획하였으나, 강의별로 수강생의 수가 다르고, 설문조사 당일 결석생의 수가 예상보다 많았기 때문에, 총 534부를 배부하여 이중 부실응답과 무응답을 제외하여 총 504부를 분석자료로 사용하였다.

5. 분석방법

척도의 신뢰도 검증은 cronbach's α 계수를 산출하여 내적 일관성을 파악하였으며, 조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도와 백분율을 산출하였고, 변수들의 수준을 살펴보기 위해 평균과 표준편차를 구하였다. 또한 복권구매 경험 유무별 독립변수에 따른 복권구매의도에 대한 차이분석은 t-분석과 교차분석을 실시하였으며, 복권구매 경험 유무별 복권구매의도에 대한 관련변수들의 독립적인 영향력을 파악하기 위해 상관분석과 다중회귀분석, 경로분석을 실시하였다. 이상의 분석에는 SPSSWIN 17.0 통계패키지를 이용하였다.

IV. 연구결과

1. 조사대상자의 일반적 특징

조사대상자의 일반적 특성은 <표 2>와 같다.

<표 2> 조사대상자의 일반적 특성

변 인	집 단	n (%)		변 인	집 단	n (%)	
		(504)	(100.0)			(504)	(100.0)
성 별	남	200	39.7	가족원수 (평균: 4.47명)	3명 이하	36	7.1
	여	304	60.3		4명	260	51.6
학 년	1학년	241	47.8		5명 이상	208	41.3
	2학년	123	24.4	월평균용돈 (평균: 29.76만원)	10만원 미만	39	7.7
	3학년	83	16.5		10만원~20만원미만	62	12.3
	4학년	57	11.3		20만원~30만원미만	328	65.1
			30만원 이상		75	14.9	

<표 3> 복권구매빈도의 수준

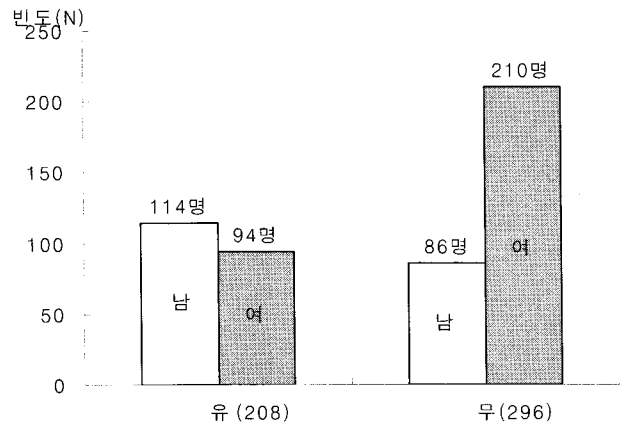
변 인		전 체		남학생		여학생	
		N	%	N	%	N	%
복권구매 빈도*	경구매자	145	92.4	82	89.1	63	96.9
	중구매자	12	7.6	10	10.9	2	3.1
	계	157	100	92	100	65	100

* 지난 1년 동안 복권을 구매하지 않은 경우와 무응답 제외

2. 대학생의 복권구매실태

1) 복권구매경험 여부

그동안 소비자학에서 복권에 관한 연구가 많지 않기 때문에 대학생의 복권구매실태에 대해 간단히 살펴보았다. 먼저 복권의 종류에 상관없이 그동안 한 번이라도 복권을 구매한 경험이 있는 가를 조사한 결과(<그림 4> 참조), 전체 응답자 중 약 42.9%(n=208)가 복권구매 경험이 있다고 응답하였고, 나머지 57.1%(n=296)는 복권구매경험이 없다고 응답하였다. 또한 남녀별 복권구매경험의 차이를 살펴보면, 남학생(n=200)의 57% (n=114)가 복권구매경험이 있었던 반면, 여학생(n=304)은 69.1%(n=210)가 복권구매경험이 없는 것으로 나타났다. 또한, χ^2 검증을 실시한 결과, 복권구매경험에 있어서 남녀간 차이가 있는 것으로 파악되었다.



<그림 4> 대학생의 복권구매경험 여부

2) 복권구매빈도

복권구매경험이 있는 경우 지난 1년 동안 실제 복권구매 빈도가 어느 정도인가를 조사한 결과, 연평균 복권구매빈도는 4.84회(SD=7.02, 중위수=2)로 나타났다. McConkey와 Warren(1987)의 연구에서와 같이 경구매자(구매빈도가 1년에 1~11번인 경우)와 중구매자(12번이상인 경우)로 구분하여 살펴본 결과, 경구매자는 92.4%, 중구매자는 7.6%로 나타났다 (<표 3> 참조). 남녀별 차이를 살펴보기 위해 t-검정을 실시한 결과, 남녀간 복권구매빈도의 수준은 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 남학생의 경우 경구매자와 중구매자의 비율은 89.1%와 10.9%, 여학생의 경우 96.9%와 3.1%로 나타났다. 또한 최소한 2주에 1번 이상 도박을 하는 경우를 빈번도박자라고 명명한 Gill 등(2006)등의 기준에 따르면, 본 조사대상자 중 빈번도박자는 3cases로서 모두 남학생이었다.

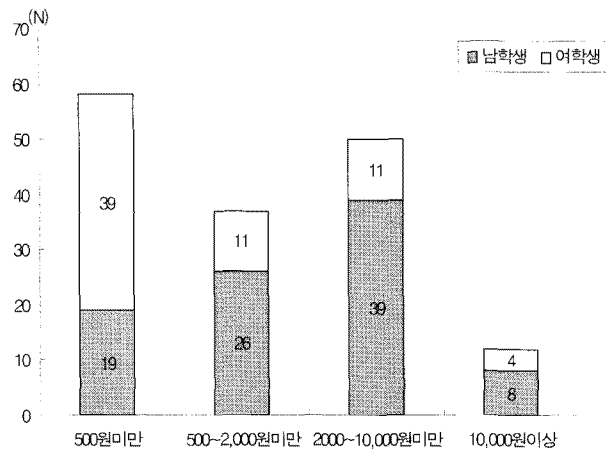
3) 복권구매금액

복권구매경험이 있는 경우 월평균 복권구매금액의 수준을 조사한 결과(<그림 5> 참조), 평균 3,031원(SD=12306.95)이며, 중위수는 1,000원으로 나타났다. 급간을 500원 미만, 500~2천원미만, 2천~1만원미만, 1만원 이상의 4개로 나누어 살펴본 결과, 남학생은 19(20.7%), 26(28.3%), 39(42.4%), 8(8.7%)로 2천~1만원원 미만의 경우가 가장 많았으며, 여학생은 39(60.0%), 11(16.9%), 11(16.9%), 4(6.2%)로 500원 미만의 경우가 가장 많았다. χ^2 검증을 실시한 결과, 남녀 간 월평균 복권구매금액의 수준은 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 월평균 복권구매금액으로 15만원을 사용한다고 응답한 남학생 1case를 제외한 나머지 응답자들의 월평균 복권구매금액은 모두 2만원 이하였다. 이는 조사대상자의 월평균 용돈금액이 약 30만원인 것을 감안할 때, 이들의 복권구매행동은

위험감수(risk taking) 범위 내에 있다고 할 수 있다.

4) 복권에 대한 태도의 수준

Ao의 수준을 복권의 구매경험 여부와 남녀별로 살펴본 결과(<표 4> 참조), 복권구매경험이 있는 집단의 경우는 평균 2.33점(SD=0.88), 복권구매경험이 없는 집단의 경우는 1.79점(SD=0.79)로서, 복권구매경험이 있는 경우가 복권구매경험이 없는 경우에 비해 Ao의 수준이 더 높았으며, t-검정을 실시한 결과 복권구매경험유무에 따른 Ao의 수준이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한 남녀별 Ao 수준의 차이는 복권구매경험이 있는 경우 남학생의 Ao는 2.40점(SD=0.92), 여학생은 2.24점(SD=0.82), 복권구매경험이 없는 경우 남학생의 Ao는 1.88점(SD=0.90), 여학생은 1.75점(SD=0.74)으로, 남녀간 Ao의 수준은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.



<그림 5> 복권구매금액

<표 4> 복권구매경험 유무별 복권태도(Ao)의 수준

변인	집단	M(SD)	t-값	집단	M(SD)	t-값
복권구매 경험유무	유(n=208)	2.33(0.88)	7.20***	남학생(n=114)	2.40(0.92)	1.37-
				여학생(n=94)	2.24(0.82)	
	무(n=296)	1.79(0.79)		남학생(n=86)	1.88(0.90)	1.21-
				여학생(n=210)	1.75(0.74)	

***p<.001

<표 5> 복권구매경험 유무별 주관적 규범(SN)의 수준

변인	집단	M(SD)	t-값	집단	M(SD)	t-값
복권구매 경험유무	유(n=208)	2.19(0.83)	4.42***	남학생(n=114)	2.20(0.85)	0.18-
				여학생(n=94)	2.18(0.82)	
	무(n=296)	1.85(0.91)		남학생(n=86)	1.81(0.88)	0.46-
				여학생(n=210)	1.86(0.92)	

***p<.001

5) 주관적규범의 수준

SN의 수준을 복권의 구매경험 여부와 남녀별로 살펴본 결과(<표 5> 참조), 복권구매경험이 있는 집단의 SN의 수준은 평균 2.19점(SD=0.83), 복권구매경험이 없는 집단의 경우는 1.85점(SD=0.91)로서, 복권구매경험이 있는 경우가 복권구매경험이 없는 경우에 비해 SN의 수준이 더 높았으며, t-검정을 실시한 결과 복권구매경험유무에 따른 SN의 수준 차이는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 남녀별 SN의 수준 차이는, 복권구매경험이 있는 경우 남학생은 2.20점(SD=0.85), 여학생은 2.18점(SD=0.82), 복권구매경험이 없는 경우 남학생은 1.81점(SD=0.88), 여학생은 1.86점(SD=0.92)으로 남녀간 SN 수준의 차이는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

6) 복권구매의도의 수준

복권구매경험이 있는 경우 복권구매행동의 중독성을 고려할 때, 과거에 복권을 구매한 경험이 있는 경우가 없는 경우에 비해 향후 BI가 비교적 높을 것으로 미루어 짐작할 수 있다. 실제로 조사결과(<표 6> 참조), 복권구매경험이 있는 집단의 경우 BI의 수준이 2.30점으로서, 복권구매경험이 없는 집단의 BI의 수준인 1.88점보다 높았으며, t-검정을 실시한 결과 복권구매경험유무에 따라 BI에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한 남녀별 BI의 차이를 살펴본 결과, 복권구매경험이 있는 경우는 남녀간 유의한 차이를 보인 반면, 복권구매경험이 없는 경우는 남녀간 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다.

3. 복권구매경험유무별 복권구매의도의 구성요소

1) 복권구매 무경험자

복권구매경험이 없는 경우 Ao, SN이 BI에 미치는 상대적 영향을 파악하기 위해 Ao와 SN을 독립변인으로, BI를 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시하였으며(<표 7> 참조), 분산확대인자가 모두 2보다 작은 것으로 나타나서 변수들간 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다.

분석결과, Ao($\beta=.616$)와 SN($\beta=.145$)이 모두 BI에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 이는 Ao가 호의적일수록, SN의 수준이 높을수록 BI의 수준이 높아진다는 것을 의미하며, 이러한 두 변인들이 설명한 총 변량은 42.2%로 나타났다. 이는 Ao와 SN이 제품의 구매의도에 긍정적인 영향을 미치고 있다고 보고한 이학식과 김영(2000)의 연구결과와 일치한다.

다음으로 복권구매경험에 있어서 유의한 차이를 보인 성별에 따라 분석한 결과, 남학생의 경우 Ao($\beta=.749$)는 BI에 긍정적인 영향을 미치고 있었으나, SN은 BI에 직접적인 영향력을 가지고 있지 않았다. 이는 Ao가 호의적일수록 BI의 수준이 높아진다는 것을 의미하며, 본 모형의 총 변량은 55.1%로 나타났다. 즉 Ao만 BI에 유의한 영향을 미치고 있는 것은 복권구매경험이 없는 남학생의 경우 개인적인 고려가 미래 복권구매의도에 미치는 영향이 지각된 사회적 압박이 미치는 영향을 억누를 만큼 크다는 것을 보여주는 결과이다. 이는 Ao는 BI에 강한 영향을 미쳤으나, SN의 영향력은 유의하지 않았다고 밝힌 Kim 등(2003)과 Nejad 등(2005), Norman과 Hoyle(2004)의 연구결과와 일치한다.

여학생의 경우 Ao($\beta=.543$)와 SN($\beta=.211$)이 모두 BI에 긍

<표 6> 복권구매경험 유무별 복권구매의도(BI)의 수준

변인	집단	M(SD)	t-값	집단	M(SD)	t-값
복권구매 경험유무	유(n=208)	2.30(0.85)	5.98 ***	남학생(n=114)	2.43(0.87)	2.41*
	무(n=296)	1.88(0.75)		여학생(n=94)	2.15(0.79)	
				남학생(n=86)	1.88(0.79)	0.13-
				여학생(n=210)	1.87(0.73)	

*p<.05, ***p<.001

<표 7> 복권태도(Ao)와 주관적규범(SN)이 복권구매의도(BI)에 미치는 상대적 영향력

독립변인	전체			남학생			여학생		
	B	β	t-값	B	β	t-값	B	β	t-값
복권태도(Ao)	.146	.616	13.759***	.166	.749	10.258***	.135	.543	9.778***
주관적 규범(SN)	.120	.145	3.251***	.002	.003	0.038-	.168	.211	3.800***
Constant		1.208			.630			1.457	
F값		108.68***			53.05***			63.331***	
수정된-R2		.422			.551			.374	

***p<.001

정적인 영향을 미치고 있었다. 이는 Ao가 호의적일수록, SN의 수준이 높을수록 BI의 수준이 높아진다는 것을 의미하며, 이러한 두 변인들이 설명한 총 변량은 37.4%로 나타났다. 이는 한국을 포함한 상호의존적인 자아개념을 가진 사람들은 순종적, 사회중심적, 관계지향적이므로 SN에 의해 행동하는 경향이 있다고 한 Bagozzi 등(2000)의 주장과 일맥상통하는 결과이며, 개인적인 소비를 위한 구매행동의 경우(Ajzen & Fishbein, 1980), 행동지향성이 강한 경우(Bagozzi 등, 1992), 투표행동예측의 경우(Singh 등, 1995), A와 SN이 BI와 정적으로 유의한 관계에 있으며, A가 SN보다 BI에 상대적으로 더 큰 영향력을 가지고 있다고 한 연구결과들과 일치한다.

따라서 복권구매 무경험자의 경우 Ao가 BI에 미치는 영향에 관한 가설 2와 SN이 BI에 미치는 영향에 관한 가설 3이 모두 지지되었으며, 남학생의 경우는 가설 2만, 여학생의 경우는 가설 2와 가설 3이 모두 지지되었다.

2) 복권구매경험자

복권구매경험이 있는 경우 사전경험과 Ao, SN이 BI에 미치는 상대적 영향을 파악하기 위해, 사전경험과 Ao, SN을 독립변인으로, BI를 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시하였으며 (<표 8> 참조), 분산확대인자가 모두 2보다 작은 것으로 나타나서 변수들 간 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다.

분석결과, 사전경험($\beta=.115$)과 Ao($\beta=.703$)가 BI에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 이는 사전경험이 많을수록, Ao가 호의적일수록 BI의 수준이 높아진다는 것을 의미하며, 이 두 변인들이 설명한 총 변량은 55%로 나타났다. 따라서 복권구매경험자의 경우 사전경험이 BI에 미치는 영향에 관한 가설 1과 Ao가 BI에 미치는 영향에 관한 가설 2는 지지되었으나, SN이 BI에 미치는 영향에 관한 가설 3은 지지되지 않았다. 이러한 결과는 쿠폰사용의도의 예측에 사전경험과 Ab는 직접적인 영향력을 미치지지만, SN은 BI에 직접적인 영향력을 미치지 않는다고 보고한 Bagozzi 등(1992)의 연구결과와 일치한다.

다음으로 성별에 따라 분석한 결과, 남학생의 경우 사전경험과 SN은 BI에 직접적인 영향력을 가지고 있지 않았으며,

Ao($\beta=.737$)만이 BI에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 이는 Ao가 호의적일수록 BI의 수준이 높아진다는 것을 의미하며, 본 모형의 총 변량은 58.4%로 나타났다. 복권구매경험이 없는 경우와 마찬가지로 Ao만 BI에 유의한 영향을 미치고 있는 것은 남학생의 경우 복권구매경험에 상관없이 미래 복권구매의도에 있어서 개인적인 고려가 과거 복권구매경험의 영향과 지각된 사회적 압박을 억누를 만큼 크다는 것을 보여주는 결과라고 할 것이다. 이는 강한 태도가 행동의 좋은 예측자라고 한 Ajzen과 Gilbert(2008)의 연구결과와 일맥상통하는 결과이며, 또한 BI에 Ao는 강한 영향력을 미치는 요인이지만 SN은 영향을 미치지 않았다고 보고한 연구들과도 일치하는 결과이다(Kim et al., 2003; Nejad et al., 2005; Norman & Hoyle, 2004).

다음으로, 여학생의 경우 사전경험($\beta=.185$)과 Ao($\beta=.568$), SN($\beta=.195$)이 모두 BI에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 이러한 세 변인들이 설명한 총 변량은 52.1%로 나타났다. 이는 사전경험이 많을수록, Ao가 호의적일수록, SN의 수준이 높을수록 BI의 수준이 높아진다는 것을 의미한다. Ao에 더하여 사전경험과 SN이 유의한 영향을 미치고 있는 것은 여학생의 경우 미래 복권구매의도에 있어서 개인적인 고려의 영향력도 크지만, 과거 복권구매경험으로부터의 영향과 사회적인 압박의 영향도 상당한 것이라는 것을 의미한다. 이는 여대생을 대상으로 하여 SN이 BI에 긍정적인 영향을 미친다고 밝힌 Schifter와 Ajzen(1985)의 연구결과와 일부 일치한다.

따라서 복권구매경험이 있는 남학생의 경우 Ao가 BI에 미치는 영향에 관한 가설 2만 지지되었으며, 복권구매경험이 있는 여학생 경우는 가설 1, 2, 3이 모두 지지되었다.

이상과 같은 분석을 토대로 하여 사전경험과 Ao, BI의 관계를 파악하기 위해, 사전경험을 독립변인으로, Ao를 매개변인으로, BI를 종속변인으로 하는 경로분석을 실시한 결과 <그림 6>과 같은 경로모형이 구성되었다.

사전경험이 BI에 미치는 직접적인 효과는 .127로 나타났으며, 사전경험이 Ao를 경유하여 BI에 미친 간접 효과는 .193($.275 \times .700$)으로 나타났다. 사전경험이 BI에 직접·간접 효과

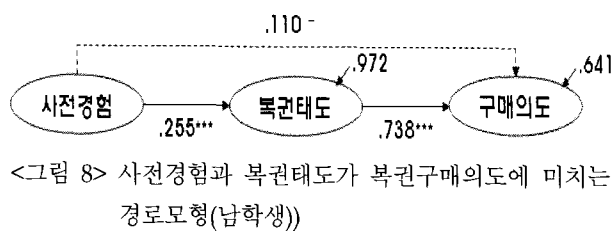
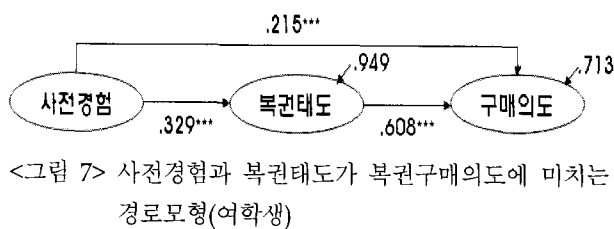
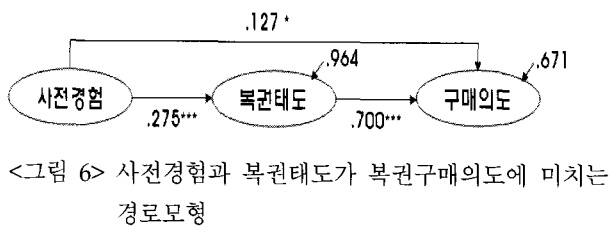
<표 8> 사전경험과 복권태도(Ao), 주관적규범(SN)이 복권구매의도(BI)에 미치는 상대적 영향력

독립변인	전 체			남학생			여학생		
	B	β	t - 값	B	β	t - 값	B	β	t - 값
사전경험	.013	.115	2.013*	.011	.111	1.532	.047	.185	2.380**
복권태도(Ao)	.165	.703	12.574***	.171	.737	10.471***	.137	.568	7.256***
주관적 규범(SN)	.059	.057	1.042	.005	.005	0.071	.187	.195	2.576**
Constant		.958			.768			1.351	
F값		64.64***			43.58***			34.053***	
수정된-R2		.550			.584			.521	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 9> 가설검증 분석결과 가설 지지 여부

가설	경로	가설 지지 여부			
		복권구매 무경험자		복권구매 경험자	
		남학생	여학생	남학생	여학생
가설 1	Ao - BI	○	○	○	○
가설 2	SN - BI	-	○	-	○
가설 3	사전경험 - BI			-	○
가설 4	사전경험 - Ao - BI			○	○
가설 5	성차		○		○



를 모두 가지고 있으나, 사전경험이 BI에 미치는 직접·간접 효과를 모두 더한 총인과적 효과(.320)가 Ao가 BI에 미치는 직접 효과(.700)보다 작은 것으로 나타났다. 즉 사전경험과 Ao가 모두 BI에 영향을 미치는 변인이며, 사전경험보다는 Ao가 BI에 미치는 영향력이 더 크다는 것을 알 수 있다. 이로서 사전경험이 Ao를 매개로 하여 BI에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 한 가설 4가 지지되었다. 또한 이는 사전경험이 태도에 영향을 미치는 영향과 이 태도가 후속 행동에 미치는 영향을 확인하고, 사전경험 - 태도 - 행동의 연속체에서 태도는 사전행동의 영향을 받아 후속행동에 직접적인 영향을 미치는 매우 중요한 매개변인이라고 한 Zanna 등(1980)의 연구결과와 일치한다.

이를 성별에 따라 분석한 결과, 남학생의 경우(<그림 7> 참조) 사전경험이 BI에 미치는 직접적인 효과는 없었으며, 사전경험이 Ao를 경유하여 BI에 미친 간접 효과는 .188(.255×.738)

로 나타났다. 이러한 결과는 세 변인간 인과관계를 보여주는 것으로, 사전경험이 많을수록 Ao를 호의적으로 평가하게 되고, Ao가 호의적일수록 BI가 높아진다고 해석할 수 있다. 따라서 사전경험이 Ao를 매개로 하여 BI에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 한 가설 4가 복권구매경험이 있는 남학생의 경우에도 지지되었다.

다음으로, 여학생의 경우(<그림 8> 참조) 사전경험이 BI에 미치는 직접적인 효과는 .215로 나타났으며, 사전경험이 Ao를 경유하여 BI에 미친 간접 효과는 .200(.329×.608)로 나타났다. 사전경험이 BI에 직접·간접 효과를 모두 가지고 있으나, 사전경험이 BI에 미치는 직접·간접 효과를 모두 더한 총인과적 효과(.415)가 Ao가 BI에 미치는 직접 효과(.608)보다 작은 것으로 나타나, Ao가 사전경험보다 BI에 미치는 영향력이 더 크다는 것을 알 수 있다. 또한 복권구매경험이 있는 여학생의 경우, 사전경험이 BI에 미치는 직접적인 영향력에 관한 가설 3과, Ao를 매개로 하여 BI에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 한 가설 4가 모두 지지되었다.

<표 9>는 각 가설에 대한 검증결과를 요약한 것이다. Ao가 BI에 미치는 영향에 대한 가설 1과 사전경험이 Ao를 매개로 하여 BI에 미치는 간접적 영향에 관한 가설 4는 남학생과 여학생의 경우 모두 지지되었으나, SN이 BI에 미치는 영향에 관한 가설 2와 사전경험이 BI에 미치는 직접적 영향에 관한 가설 3은 여학생의 경우에만 지지되었다. 이로서 성별에 따라 복권구매의도에 대한 변인들의 상대적 영향력이 다를 것이라고 한 가설 5가 지지되었다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 도박산업의 합법화와 도박시장의 규모가 증가하는 상황에서 개인 및 가계의 경제적 복지와 관련된 정책제언을 위한 기초적 연구로서 수행되었다. 소비자구매의도에 영향을 미치는 변인은 대상이 되는 제품에 따라 달라질 수 있을 것이다. 여기서는 소비자구매의도의 핵심 변인으로 알려져 있는 태도와 주관적 규범에 더하여 사전경험을 포함하여, 이들

이 복권구매의도에 중요한 영향 변인인가와 사전경험과 태도, 복권구매의도 간의 인과관계를 검증하고자 하였다.

조사결과, 응답자의 약 43% 가량이 복권구매경험이 있었으며, 연평균 복권구매빈도는 4.84회(Mo=2)였고, 월평균 복권구매금액은 약 3,000원(Mo=1,000)이었다. 모두 남학생의 경우가 여학생의 경우보다 높은 수준을 보여주어, 대학생의 경우 여학생보다 남학생이 많은 경우 복권을 구매하며, 더 자주 더 많은 금액을 소비하는 것으로 나타났다. 이는 예방과 교육프로그램을 실시함에 있어서 우선적으로 여학생보다는 남학생에 대해 초점을 맞출 필요가 있음을 시사한다.

복권구매경험이 있는 경우가 구매경험이 없는 경우에 비해 대체로 복권에 대한 태도와 주관적 규범의 수준이 높았으나, 남녀간 차이는 유의하지 않았다. 그러나 복권구매의도의 수준은 남녀간 차이는 유의한 차이를 보여서 복권구매경험이 있는 남학생의 경우가 여학생의 경우보다 더 높았다. 이러한 결과는 남녀간 복권에 대한 태도와 주관적 규범의 수준은 비슷하더라도 복권구매의도에 미치는 영향은 다를 수 있음을 보여준다. 실증분석 결과, 남학생의 경우에는 복권에 대한 태도만, 여학생의 경우에는 복권에 대한 태도와 주관적 규범의 수준이 모두 복권구매의도에 영향을 미치고 있었다. 따라서 남학생의 경우 일반적으로 신념을 공격하는 설득메시지는 태도의 변화를 가져온다고 알려져 있으므로(Ajzen, 1991), 태도를 변화시킬 수 있는 개인적인 신념에 대해 설득하는 메시지를 포함하는 내용이, 여학생의 경우 부정적인 사회적 규범의 존재를 강조하는 내용이 포함되어야 할 것이다.

또한 복권구매경험이 있는 경우 구매경험이 없는 경우보다 복권에 대한 태도와 주관적 규범, 복권구매의도의 수준이 모두 높은 것으로 보아, 사전경험이 복권구매의도 뿐만 아니라 복권에 대한 태도와 주관적 규범과도 관련이 있음을 알 수 있다. 변인간 인과관계에 대한 검증결과, 남학생의 경우 사전경험이 복권에 대한 태도를 매개변인으로 하여 복권구매의도에 간접적인 영향만을 주며, 여학생의 경우 직·간접적인 영향을 모두 주는 것으로 나타났다. 사전경험이 구매의도와 연결됨에 있어서 태도를 매개로 한다는 것은 인지적인 과정을 거침으로써 의식적이고 개인적으로 합리적인 의사결정을 내릴 수 있도록 한다는 것을 의미한다. 그러나 여학생의 경우 직접적인 영향도 있어서 사전행동이 인지적인 노력없이 습관적으로 구매의도에 연결될 수 있는 것으로 나타났다. 따라서 여학생의 경우 사전경험 외의 정보를 고려하여 구매의사결정에 사용할 수 있도록, 당첨확률이나 부정적 결과와 같은 객관적이면서 구체적인 정보를 제공할 필요가 있다고 판단된다. 결론적으로 남학생을 대상으로 하는 교육은 태도를 변화시키는 데 집중할 필요가 있으며, 여학생을 대상으로 할 때는 이에 더하여 부정적인 사회적 규범에 대한 내용과 객관적인 정보에 관한 내용을 강조할 필요가 있다 하겠다.

또한 자료수집과정에서 일부 대학생들은 복권을 직접 구매하지는 않았지만 복권에 대한 직·간접적인 경험이 있다고 보고하였다. 실제로 복권과 전혀 관련이 없는 음식점이나 인터넷사이트에서 복권을 사은품으로 주고 있으며, 심지어는 부모나 친지들이 자녀나 친구에게 복권을 선물하는 경우를 쉽게 볼 수 있다. Regan과 Fazio(1977) 등이 설명한 바와 같이 직접적인 경험에 의해 영향을 받은 태도는 비행동적 경험 위에 형성된 태도보다 미래 행동을 더 잘 예측한다. 즉 의도적으로 복권을 구매한 경우가 아니더라도 일단 복권소비를 경험하게 되면, 비용이 소요되지 않았기 때문에 결과의 평가에 있어서 보다 긍정적인 평가를 내릴 가능성이 높고, 이에 따라 복권에 대해 수용적인 태도를 형성할 수 있을 것이다. 기업들이 샘플이나 무료체험행사를 제공하는 것도 바로 이와 같은 이유이다. 따라서 도박을 권하는 문화에 대해 주목하고 직·간접적인 경험이 태도나 습관의 형성에 미치는 영향에 대해 인식하도록 대국민홍보활동을 실시해야 한다. 특히 복권을 사은품으로 제공하는 판매자들에게 이를 설명하고 협조를 구할 필요가 있으며, 이들이 아동이나 청소년을 대상으로 할 때는 더욱 그러하다.

이상의 결과는 소비자교육자 뿐만 아니라 소비자와 공급자 및 정부 등 관련주체들에 대해 다음과 같은 함의를 갖는다. 먼저 각 지방자치단체들이 경제활성화와 재원확보 등을 위해 경쟁적으로 사행산업을 유치하기 위해 노력하고 있으며 정부도 사행산업의 합법화의 범위를 넓히고 있는 상황에서 무엇보다도 중요한 것은, 각 관련주체들이 복권을 가지거나 경마와 같은 차원의 도박의 문제로 인식하는 것이다. 복권을 도박의 선상에서 바라보는 것은 복권문제에 관련된 규제와 대책을 마련하는 데 도움을 줄 수 있을 것이다.

본 논문은 행동에 대한 태도와 주관적규범이 행동의도에 영향을 미치며, 사전경험이나 인구통계학적인 변인들은 배경변인으로서 행동에 대한 태도와 주관적규범을 통해서만 행동의도에 영향을 미친다는 Fishbein과 Ajzen(1975)의 주장에 대해, 행동에 대한 태도 대신 대상에 대한 태도의 영향력을 검증한 결과 대상에 대한 태도가 행동의도에 직접적인 영향력을 미치며, 사전경험은 직접·간접 영향력을 모두 가진다는 것을 실증함으로써, 인지(태도, 의도)가 환경과 행동과 지속적인 상호작용을 통해 변화함을 보여주었고, 또한 성별의 차이가 태도와 주관적 규범 뿐만 아니라 사전경험의 상대적 중요성에 영향을 준다는 것을 밝혔다는 데 의의가 있다.

본 연구의 제한점은 분석대상을 광주광역시 대학생으로 제한했다는 점이다. 또한 횡단연구의 한계로 인해 구매행동이 아닌 행동의도를 측정된 것도 미흡한 부분이다. 행동의도는 행동의 변이 대부분을 설명한다고 기대되지만, 실제로 우리가 관심이 있는 것은 행동의도가 아니라 행동 그 자체이므로 종단적인 연구설계를 통해 실제 행동을 포함할 필요가 있다. 앞으

로 연구결과의 일반화를 위해 복권 외의 다양한 대상(objects)에 대해, 아동 및 청소년, 성인, 노인 등 다양한 연구대상(samples)으로 확대하여 연구할 필요가 있다 하겠다.

【참 고 문 헌】

- 김석준(1996). 도박의 실태와 의식에 관한 연구-제주지역을 대상으로-. 한국형사정책연구원 연구보고서 95-14.
- 김정운 · 이누미야 요시유키(2003). 누가 로또를 하는가?: 복권 유형에 따른 복권구매행동 규정요인의 차이. 한국심리학회지, **17(3)**, 17-32.
- 사행산업통합감독위원회(2009), <http://ngcc.go.kr/>.
- 이학식 · 김영(2000). 합리적 행동이론과 계획적 행동이론의 평가와 대안적 견해-소비자 구매행동의 맥락에서-. 소비자학연구, **11(4)**, 21-47.
- 임종원 · 김재일 · 홍성태 · 이유재(1999). 소비자행동론. 서울: 경문사.
- 정민자 · 박초아 · 이미영(1993). 고스톱 및 도박중독증의 실태와 그로 인한 개인 및 가족생활상의 문제, 부부갈등양상. 울산대학교 사회과학연구논문, **3(2)**, 115-146.
- 최병용(1991). 소비자행동론. 서울: 박영사.
- Ajzen, I.(1971). Attitudinal vs. Normative Messages: An Investigation of the Differential Effects of Persuasive Communications on Behavior. *Sociometry*, **34**, 263-280.
- Ajzen, I.(1971). Attribution of Dispositions to an Actor: Effects of Perceived Decision Freedom and Behavioral Utilities. *Journal of Personality and Social Psychology*, **18**, 144-156.
- Ajzen, I.(1985). *From intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*. In Kuhl, J. & Beckman, J.(Eds.). *Action-Control: From Cognition to Behavior* (11-39). Heidelberg, Germany: Springer.
- Ajzen, I.(1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, **50**, 179-211.
- Ajzen, I. & Gilbert, C. N.(2008). *Attitudes and the Prediction of Behavior: Attitudes and attitude change*. N.Y.: Psychology Press.
- Ajzen, I. & Fishbein, M.(1969). The Prediction of Behavioral Intentions in a Choice Situation. *Journal of Experimental Social Psychology*, **5**, 400-416.
- Ajzen, I. & Fishbein, M.(1970). The Prediction of Behavior from Attitudinal and Normative Variables. *Journal of Experimental Social Psychology*, **6**, 466-487.
- Ajzen, I. & Fishbein, M.(1977). Attitude-behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research. *Psychological Bulletin*, **84**, 888-918.
- Ajzen, I. & Fishbein, M.(1980). *Understanding attitudes and Predicting Social Behavior*. NJ : Prentice-Hall.
- Ajzen, I. & Fishbein, M.(2000). Attitudes and the Attitude-behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes. *European Review of Social Psychology*, **7**, 1-33.
- Ajzen, I. & Fishbein, M.(2005). *The Influence of Attitudes on Behavior: The Handbook of Attitudes*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Ajzen, I. & Madden, T. J.(1986). Prediction of Goal-directed Behavior: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral Control. *Journal of Experimental Social Psychology*, **22**, 453-474.
- Ajzen, I. & Manstead, A. S. R.(2007). *Changing Health-related Behaviors: An Approach Based on the Theory of Planned Behavior: The Scope of Social Psychology - Theory and applications*. N.Y.: Psychology Press.
- Albarracin, D., Johnson, B. T., Fishbein, M. & Muellerleile, P. A.(2001). Theories of Reasoned Action and Planned Behavior as Models of Condom Use: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, **127**, 142-161.
- Armitage, C. J. & Conner, M.(1999). Distinguishing Perceptions of Control from Self-Efficacy: Predicting Consumption of a Low-Fat Diet Using the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, **29**, 72-90.
- Bagozzi, R. P.(1981). Attitudes, Intention, and Behavior: A Test of Some Key Hypotheses. *Journal of Personality and Social Psychology*, **41**, 607-627.
- Bagozzi, R. P., Baumgartner, H & Yi, Y.(1992). State versus Action Orientation and the Theory of Reasoned Action: An Application to Coupon Usage. *Journal of Consumer Research*, **18**, 505-518.
- Bagozzi, R. P., Nancy, W., Abe, S. & Massimo, B.(2000). Cultural and Situational Contingencies and the Theory of Reasoned Action: Application to Fast Food Restaurant Consumption. *Journal of Consumer Psychology*, **9**, 97-106.
- Bentler, P. M. & Speckart, G.(1979). Models of Attitude-behavior Relations. *Psychological Review*, **86**, 452-464.
- Bentler, P. M. & Speckart, G.(1981). Attitudes "Cause" Behaviors: A Structural Equation Analysis. *Journal*

- of Personality and Social Psychology, 40, 226-238.
- Bergevin, T., Gupta, R., Derevensky, J. & Kaufman, F. (2006). Adolescent Gambling: Understanding the Role of Stress and Coping. *Journal of Gambling Studies*, 22, 195-208.
- Bonfield, E. H.(1974). Attitude, Social Influence, Personal Norm and Intention Interactions as Related to Brand Purchase Behavior. *Journal of Marketing Research*, 11, 379-389.
- Breen, R. B. & Zuckerman, M.(1999). 'Chasing' in Gambling Behavior : Personality and Cognitive Determinants. *Personality and Individual Differences*, 27(6), 1097-1111.
- Brown, D. J., Kaldenberg, D. O. & Browne, B. A.(1992). Socioeconomic Status and Playing the Lotteries. *Sociology and Social Research*, 76, 161-167.
- Browne, B. A. & Brown, D. J.(2001). Predictors of Lottery Gambling Among American College Students. *The Journal of Social Psychology*, 134(3), 339-347.
- Conner, M. & McMillan, B.(1999). Interaction Effects in the Theory of Planned Behavior: Studying Cannabis Use. *British Journal of Social Psychology*, 38, 195-222.
- Coups, E., Haddock, G. & Webley, P.(1998). Correlates and Predictors of National Lottery Play in the United Kingdom. *Journal of Gambling Studies*, 14, 285-303.
- Courneya, K. S.(1995). Understanding Readiness for Regular Physical Activity in Older Individuals: An Application of the Theory of Planned Behavior. *Health Psychology*, 14, 80-97.
- Davidson, A. R. & Jaccard, J. J.(1979). Variables that Moderate the Attitude -Behavior Relation: Results of a Longitudinal Survey. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1364-1376.
- Derevensky, J. Gupta, R. & Della Cioppa, G.(1996). A Developmental Perspective of Gambling Behavior in Children and Adolescents. *Journal of Gambling Studies*, 12, 49-96.
- Doll, J. & Ajzen, I.(1992). Accessibility and Stability of Predictors in the Theory of Planned Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 754-765.
- Ellenbogen, S., Gupta, R. & Derevensky, J. L.(2007). A Cross-Cultural Study of Gambling Behavior Among Adolescent. *Journal of Gambling Studies*, 23, 25-39.
- Felsher, J. R., Derevensky, J. L. & Gupta, R.(2003). Parental Influences and Social Modelling of Youth Lottery Participation. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 13, 361-377.
- Felsher, J. R., Derevensky, J. L. & Gupta, R.(2004). Lottery Participation by Youth with Gambling Problems: Are Lottery Tickets a Gateway to Other Gambling Venues? *International Gambling Studies*, 4, 109-125.
- Finlay, K. A., Trafimow, D. & Moroi, E.(1999). The Importance of Subject Norms on Intentions to Perform Health Behaviors. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 2381-2393.
- Fishbein, M. & Ajzen, I.(1974). Attitudes towards Objects as Predictors of Single and Multiple Behavioral Criteria. *Psychological Review*, 81, 59-74.
- Fishbein, M. & Ajzen, I.(1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior : An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Griffiths, M. D.(1990). The Cognitive Psychology of Gambling. *Journal of Gambling Studies*, 6(1), 31-42.
- Gill, T., Grande, E. D. & Taylor, A. W.(2006). Factors Associated with Gamblers: A Population-based Cross-sectional Study of South Australian Adults. *Journal of Gambling Studies*, 22, 143-164.
- Grun, L. & McKeigue, P.(2000). Prevalence of Excessive Gambling Before and After Introduction of a National Lottery in the United Kingdom: Another Example of the Single Distribution Theory. *Addiction*, 95, 959-966.
- Himelstein, P. & Moore, J.(1963). Racial Attitudes and the Action of Negro and White Background Figures as Factors in Petition-Signing. *Journal of Social Psychology*, 61, 267-272.
- Kelman, H. C.(1974). Attitudes are Alive and Well and Gainfully Employed in the Sphere of Action. *American Psychologist*, 29, 310-324.
- Kim, K., Reicks, M. & Sjoberg, S.(2003). Applying the Theory of Planned behavior to Predict dairy Product Consumption by Older Adults. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 35, 294-301.
- Krech, D. & Crutchfield, R.(1948) *Theory and Psychology*, NY: McGraw-Hill(Loudon, D. L. & Della Bitta, A. J.(1988). *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. NY: McGraw-Hill.에서 재인용).
- Ladouceur, R., Jacques, C., Ferland, F. & Giroux, I.(1998) Parents' Attitudes and Knowledge Regarding Gambling Among Youths. *Journal of Gambling Studies*, 14,

- 83-90.
- Lange, M. A.(2001). "If You Do Not Gamble, Check This Box": Perceptions of Gambling Behaviors. *Journal of Gambling Studies*, 17, 247-254.
- Loudon, D. L. & Della Bitta, A. J.(1988). *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. N.Y.: McGraw-Hill.
- Makela, C. J.(2000). Youth Gambling: A Consumer Issue. *Consumer Interests Annual*, 46, 218.
- Manstead, A. S. R., Proffitt, C. & Smart, J.(1983). Predicting and Understanding Mothers' Infant-Feeding Intentions and Behavior: Testing the Theory of Reasoned Action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 657-671.
- McConkey, C. W. & Warren, W. E.(1987) Psychographic and Demographic Profiles of State Lottery Ticket Purchasers. *Journal of Consumer Affairs*, 21, 314-327.
- Nejad, L. M., Wertheim, E. H. & Greenwood, K. M.(2005). Comparison of the Health Belief Model and the Theory of Planned Behavior in the Prediction of Dieting and Fasting Behavior. *E-Journal of Applied Social Psychology*, 1(1), 63-74.
- Neighbors, C., Lostutter, T. W., Larimer, M. E. & Takushi, R. Y.(2002). Measuring Gambling Outcomes Among College Students. *Journal of Gambling Studies*, 18, 339-360.
- Norman, P. & Hoyle, S.(2004). The Theory of Planned Behavior and Breast Self-Examination: Distinguishing between Perceived Control and Self-Efficacy. *Journal of Applied Social Psychology*, 34, 694-807.
- Ouellette, J. A. & Wood, W.(1998). Habit and Intention in Everyday Life: The Multiple Processes by which Past Behavior Predicts Future Behavior. *Psychological Bulletin*, 124, 54-74.
- Pomazal, R. J. & Jaccard, J. J.(1976). An Information Approach to Altruistic Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33, 317-326.
- Regan, D. T. & Fazio, R. H.(1977). On the Consistency between Attitudes and Behavior: Look to the Method of Attitude Formation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, 38-45.
- Rogers, P. & Webley, P.(2001). "It Could Be Us!" : Cognitive and Social Psychological Factors in UK National Lottery Play. *Applied Psychology : An International Review*, 50(1), 181-199.
- Schifter, D. B. & Ajzen, I.(1985). Intention, Perceived Control and Weight Loss: An Application of the Theory of Planned Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 225-236.
- Shaffer, H. J., Hall, M. N. & Vander Bilt, J.(1997). *Estimating the Prevalence of Disordered Gambling Behavior in the United States and Canada : A Meta-analysis*. Harvard Medical School, Division on Addictions(Neighbors 등, 2002에서 재인용).
- Sheeran, P. & Taylor, S.(1999). Predicting Intentions to use Condom: A Meta -analysis and Comparison of the Theories of Reasoned Action and Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 1624-1675.
- Sheppard, B. H., Hartwick, J. & Warshaw, P. R.(1988). The Theory of Reasoned Action: A Meta-analysis of Past Research with Recommendations for Modifications and Future Research. *Journal of Consumer Research*, 15, 325-342.
- Singh, K., Leong, S. M., Tan, C. T. & Wong, K. C.(1995). A Theory of Reasoned Action Perspective of Voting Behavior: Model and Empirical Test. *Psychology and Marketing*, 12(1), 37-51.
- Trafimow, D. & Finlay, K. A.(1996). The Importance of Subjective Norms for a Minority of People: Between-Subjects and within-subjects Analyses. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 820-828.
- Warner, L. G. & DeFleur, M. L.(1969). Attitude as an Interactional Concept: Social Constraint and Social Distance as Intervening Variables between Attitudes and Action. *American Sociological Review*, 34, 153-169.
- Whelan, J. P., Steenbergh, T. A. & Meyers, A. W.(2007). *Problem and Pathological Gambling*. MA : Hogrefe.
- Zanna, M. P., Olson, J. M. & Fazio, R. H.(1980). Attitude-Behavior Consistency: An Individual Difference Perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 432-440.
- Zuckerman, M. & Reis, H. T.(1978). Comparison of Three Models for Predicting Altruistic Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 498-510.

□ 접수 일 : 2009년 12월 17일

□ 심사 일 : 2010년 02월 26일

□ 심사완료일 : 2010년 06월 07일