

## 소매점내 상점절도 행위와 그 영향요인에 관한 연구<sup>†</sup>

노정구\*

### 〈요 약〉

경제상황이 악화됨에 따라 상점절도와 같은 생계형 범죄의 발생률이 크게 높아지고 있다. 상점절도(shoplifting)란 백화점이나 대형마트, 슈퍼마켓 등의 소매점내에서 발생하는 절도행위를 말한다. 상점절도의 경제적·사회적 위험성에도 불구하고 아직 상점절도에 대한 학술적인 연구는 거의 없는 실정이다. 본 연구는 소매점내 상점절도 태도와 그 영향요인을 분석한 연구로서 이 분야에 대한 학술적 연구의 기초를 제공하고, 상점절도행위의 감소 내지방지를 위한 시사점을 제공하기 위해 수행되었다. 기존 연구들에서 상점절도 행위나 태도에 영향을 미치는 것으로 나타난 경제적 동기, 친구관계, 자극추구성향, 경험적 동기, 강박구매성향이 독립변수로 사용되었으며, 상점절도 태도를 종속변수로 사용하였다. 부산시내 4년제 대학 재학생들을 대상으로 한 실증분석 결과 친구 관계와 강박구매성향이 상점절도 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 경제적 동기, 자극추구성향, 경험적 동기는 상점절도 태도와는 유의적인 관련성을 발견할 수 없었다. 결론에서는 이러한 연구결과가 주는 시사점을 제시하였다.

핵심주제어: 상점절도, 자극추구성향, 경험적 동기, 강박구매성향

논문접수일: 2013년 06월 03일 수정일: 2013년 06월 26일 게재확정일: 2013년 06월 27일

† 이 논문은 2011년도 동명대학교 교내학술연구비 지원에 의하여 연구되었음(2011A016)

\* 동명대학교 유통경영학과 교수, jknoh@tu.ac.kr

## I. 서 론

유통업의 발달에 따라 여러 형태의 소매점들이 등장하고, 소비자들의 구매행동 및 소비심리의 변화 등에 따라 다양한 동기에 의한 상점절도의 발생비율이 크게 높아지고 있다. 상점절도(shoplifting)란 백화점이나 할인점, 슈퍼마켓 등의 소매점 내에서 발생하는 절도행위를 말한다(Tonglet 2002). 상점절도의 경제적·사회적 위험성에도 불구하고 우리나라에서는 상점절도를 지나치게 경미하게 생각하는 경향이 있다.

상점절도는 각 소매점의 입장에서 보면 소액에 불과하지만 총액은 놀랄 만큼 많다. 미국 소매업계의 경우 상점절도로 인한 손실액이 매출액의 4%에 달하고(U.S News & World Report 1999), 1999년 한해에 230억 달러에 이르는 물품들이 고객이나 종업원의 절도에 의해 분실되었다고 한다(U.S News & World Report 2001).

한국의 경우도 예외는 아니어서 최근 한 조사에 의하면 국내 유통업체의 도난과 관리상 오류 등으로 인한 손실이 연간 2조4200여억 원에 이른다는 조사 결과가 나왔다(한국경제신문 2011년 11월 4일). 다국적 보안솔루션업체 체크포인트시스템즈는 '2011년 글로벌 리테일 도난 지표 보고서'에서 2010년 7월부터 2011년 6월까지

국내 유통업체의 손실액이 전체 매출의 1.3%인 2조 4,210억 원인 것으로 나타났다고 발표했다. 손실 가운데 가장 큰 원인은 고객 절도로 전체 손실의 52.8%(1조2790억 원)를 차지했다. 아시아·태평양 지역 평균인 53.3%를 약간 밑돌았다. 이어 종업원 절도(23%), 내부·관리상 오류(16.7%), 공급업체의 사기(7.5%) 순으로 손실이 발생했다. 유통업체가 손실방지 비용을 충당하기 위해 소비자에게 전가하는 '손실부담금'은 1인당 평균 5만956원, 가구당 14만132원인 것으로 조사됐다.

상점절도에 관한 선행 연구로는 크게 상점절도자 개인의 인구통계학적 특성이나 심리 프로파일에 관한 연구와 범위가 이루어지는 점포의 공간구조적 특성에 관한 연구로 대별할 수 있다(노정구·김상조 2002b). 비교적 초기에 집중되었던 범죄자 개인의 특성에 관한 연구들은 주로 상점절도자의 인구통계학적 특성에 집중되어 있으며, 다른 범죄에 비해 여성의 비율이 높고 청소년의 경우 남성의 비율이 더 높게 나타난다는데 공통적인 결론을 보여주고 있다(Cox et al. 1990). 상점절도자의 심리프로파일에 대한 연구는 절도 동기요인과 관련되어 있으며, 기타의 심리적 요인에서는 일관된 결과를 보여주지 못하고 있다.

상점절도에 관한 또 다른 연구 방향으로는 상점절도 행위가 발생하는 공

간, 즉 피해자 또는 피해물의 공간적 및 시간적 구조에 관한 연구가 있다. Lo(1994)는 소비자가 쇼핑공간을 범죄적으로 활용하기 위해 장소를 물색하고 탐색하는 행위가 일반적 쇼핑행위에서의 그것과 동일한 분석프레임워크를 가진다고 가정하고 있다. 즉, 소비자들이 쇼핑점포를 선택하기 위해 행하는 다양한 사전정보처리와 상점의 공간구조적 인식과 선호, 그리고 의사결정은 상점절도자가 절도대상 점포를 선택하고 범행을 결정하는 것과 유사한 과정을 거친다는 것이다.

이러한 시간적, 구조적 접근은 소비자의 심리적 요인에 대한 연구에 비해 마케터가 직접적으로 통제할 수 있는 변인을 다룬다는 점에서 보다 시사적이다. 잠재적 상점절도자가 존재하더라도 목적물의 존재여부나 피해점포가 강구하는 여러 가지 방어체계에 따라 범위를 범할 수도, 그렇지 않을 수도 있기 때문이다. 또한 범죄적 특성이 강한 어떤 개인이 존재한다 하더라도 항상 범죄행위가 발생하는 것은 아니며, 범죄가 가능한 시·공간적 상황이라 하더라도 모든 사람이 범죄를 저지르는 것은 아니다. 이는 상점절도 연구에 대한 상황적 접근이 필요함을 의미한다(MaZar and Ariely 2006).

이상의 논의에 의거하여 본 연구에서는 다음과 같은 연구목적 설정한다.

첫째, 상점절도에 관한 연구들을 체계적으로 정리함으로써 그동안 유통이나 마케팅 영역에서 소외되어 왔던 상점절도와 관련된 연구들을 위한 학문적 토대를 마련한다.

둘째, 소매점 내 상점절도행위 및 태도와 그에 대한 영향요인을 분석함으로써 실제로 상점절도 태도에 어떤 요인들이 영향을 미치고 있는지를 분석한다. 더불어 소매점의 입장에서 상당한 비용요인으로 작용하고 있는 상점절도 행위를 예방하고, 피해를 방지할 수 있는 시사점을 도출하고자 한다.

셋째, 소매경영 및 마케팅의 관점에서 상점절도와 관련해 향후 연구를 위한 연구주제를 제시한다. 본 연구의 주요 관심영역은 상점절도 태도에 영향을 미치는 요인을 실증적으로 분석하는 것이지만, 이와는 별개로 상점절도의 피해물인 제품특성과 피해공간인 소매점의 시·공간적 특성도 상점절도에 영향을 미칠 수 있을 것이다. 이와 함께 본 연구에서는 상점절도에 관한 향후 연구주제를 도출하고자 한다.

셋째, 소매경영 및 마케팅의 관점에서 상점절도와 관련해 향후 연구를 위한 연구주제를 제시한다. 본 연구의 주요 관심영역은 상점절도 태도에 영향을 미치는 요인을 실증적으로 분석하는 것이지만, 이와는 별개로 상점절도의 피해물인 제품특성과 피해공간인 소매점의 시·공간적 특성도 상점절도에 영향을 미칠 수 있을 것이다. 이와 함께 본 연구에서는 상점절도에 관한 향후 연구주제를 도출하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 상점절도의 개념

상점절도(shoplifting)란 백화점이나 할인점, 슈퍼마켓 등의 소매점 내에서 일어나는 절도행위를 말한다(Tonglet 2002). 상점절도는 소비자에 의해 행

해지는 기만적 행동의 하나로, 상점절도행위에 대해서 약 98%의 소비자가 부정적인 행동으로 간주하면서도 30% 이상의 소비자가 적어도 한 번 이상은 상점절도행위를 하고 있다고 한다(Wilkes 1978). 이처럼 높은 발생 빈도에도 불구하고 상점절도는 유통이나 소비자 행동분야 중에서 가장 무시되고 있는 분야 중의 하나로, 대부분의 경우 산발적이거나 우발적으로 일어나는 사소한 사건으로 치부되고 있다. 하지만 상점절도는 범죄행위임에도 불구하고 일반적인 범죄와는 다른 특성을 갖고 있으며, 우리 사회에서 비교적 흔하게 볼 수 있는 소비자행동의 한 형태로 간주할 수 있다(Tonglet 2002).

물론 죄질이 사소하고 사회적으로 크게 위협하지 않은 상점절도와 같은 경미범죄는 범죄시 하지 않는 것이 바람직하다는 법학적 견해도 있다. 이러한 견해는 지나친 도시화 등의 이유로 사회적 마찰요인이 급증하고 있는 반면에 사법권의 범위는 지극히 제한되어 있기 때문에 극히 유해하거나 중요한 범죄에 사법권을 집중하는 것이 더 효율적이라는 현실적 논리를 바탕으로 한다. 또한 상점절도범의 대부분이 학생이나 주부, 혹은 종업원과 같은 사회적 보호계층이라는 점과 도난품의 가격이 그다지 비싸지 않다는 점도 상점절도를 가볍게 생각하게 된 주요 원인인 듯하다. 그러나 상점절도

는 사회·경제적으로 많은 문제를 발생시킨다.

이미 언급한 바와 같이 상점절도는 개별적으로 보면 소액에 불과하지만 총액은 놀랄 만큼 많다. 미국 소매업계의 경우 1999년 한해에 230억 달러에 이르는 물품들이 고객이나 종업원의 절도에 의해 분실되었다고 한다(U.S News & World Report 2001). 영국의 경우에도 상점절도로 인한 손실액이 매년 12억 달러를 초과하고 있으며, 영국의 소매점들은 상점절도행위를 방지하기 위해 매년 9억 달러를 지출하고 있는 것으로 나타났다(British Retail Consortium 1999, 2000; Brooks and Cross 1996; Speed, Burrows and Bamfield 1995; Wells and Dryer 1997, 1998).

우리나라의 대형 펜시점의 경우 도난율이 약 3%에 이른다고 하는데, 중소 소매점의 순이익률이 1~3% 정도라는 점을 감안하면 3%에 이르는 도난율은 상당한 규모라 할 수 있다. 최근 한 조사에 의하면 국내 유통업체의 도난과 관리상 오류 등으로 인한 손실이 연간 2조4200여억 원에 이른다는 조사 결과가 나오기도 했다(한국경제신문 2011년 11월 4일). 쇼핑카트나 바구니 등과 같은 쇼핑도구의 분실도 만만치 않은데, 우리나라 할인점의 경우 월 평균 4,000만원에서 8,000만 원 정도의 상품피해와 함께 쇼핑카트나 소형 장바구니의 분실규

모도 연간 수천만 원대에 이른다고 한다(김윤환·강명주 2012).

또한 상점절도의 사회적 확산은 일반 소비자를 잠재적 범죄자로 보는 경향을 가지게 한다. 이것은 통상적인 감시수준을 초과하는 사회적 통제수단의 등장과 그에 따른 갈등을 유발할 수도 있다. 예를 들면 상점절도에 대응하려는 유통업체의 CCTV나 감시카메라 사용은 사생활 침해 문제는 물론 소비자나 종업원과의 파트너십을 훼손하기도 한다(노정구·김상조 2002b).

## 2. 상점절도의 특성

상점절도는 다양한 연령대에서 발생하고 있지만 청소년집단에서의 발생빈도가 특히 높다. 우리나라의 경우 절도범죄의 62%가 10대에 의해 발생하고 있으며, 특히 15세 이하의 범죄자가 30% 정도에 이른다고 한다(한국형사정책연구원 1992). 외국의 사례 역시 상점절도자의 31%가 15세 미만(Walsh 1978)이며, 소매점 내 체포자의 약 40%에서 50%가 청소년층이라는 보고가 있다(Townsend 1972). 특히 청소년기의 상점절도는 여학생보다는 남학생의 범행비율이 더 높은 것으로 나타나고 있다(노성호 1997).

청소년은 신체적, 생리적으로, 그리고 정서적으로도 성장 과정에 있는 미완성의 인격체이다. 이들은 미완의

상태이며 친구나 부모 등의 외부 영향자로부터 쉽게 영향을 받는다. 권미화(2000)는 청소년 집단의 행동특성으로 과시적 소비나 충동구매와 같은 병리적 행동을 보고하고 있는데, 이는 상점절도행위 역시 비정상적 소비행동이라는 점에서 일맥상통한다.

흔히 청소년층의 절도행위는 가난, 자아결핍, 그리고 스틸과 스포츠 행위에 비견되곤 한다(Klemke 1982; Turner & Cashdan 1988). 그러나 오늘날의 청소년들은 그들의 부모세대 에 비해 더 많은 물질적 풍요를 누리고 있고, 훨씬 독립적이고 감각적이며 개성적인 삶을 추구하고 있다(손상희 1997). 신세대 혹은 N세대로 불리는 현대의 청소년들의 이러한 특징들은 앞에서 언급된 청소년의 전형적인 상점절도 상황과는 부합되지 않는 듯하다. 더욱이 상점절도를 방지하기 위한 첨단 물리적 보안장치나 법률적 제재에도 불구하고 청소년 상점절도행위가 줄어들지 않는 이유는 무엇일까?

본 연구는 현대 청소년층의 증가된 소비수준을 그 원인의 하나로 제시한다. 현대 청소년층의 소비행위는 단순한 기능적 소비가 아니라 소비를 통한 자아의 표현이라는 상징적 의미를 가지게 된다(강명구 1993). 다시 말해서 청소년들은 급격한 변혁기인 현대에서 정체성 위기에 처해 있으며, 자신의 정체성을 표현하는 주요한 수단으로 소비지향적 경향을 보이게 된다

는 것이다.

그런데 자아실현의 방법이든 생활의 방법이든 소비는 해당 재화의 획득을 필요로 한다. 과거에 비해 경제적으로 훨씬 풍요로워졌다고는 하지만, 욕구충족의 대상이 되는 재화와 서비스의 양이나 가격의 증가속도가 훨씬 빠르기 때문에 청소년들은 여전히 재화를 획득할 만한 충분한 경제력을 보유하고 있지 못하다(이진화·이정호 2011).

이러한 점에서 여전히 경제적 문제가 상점절도 행위의 가장 큰 원인이 될 수 있을 것이다. 다만 과거의 연구가 가난 등과 같은 절대수준의 경제력을 대상으로 하였던 반면에 오늘날에는 상대적인 경제적 결핍 또는 상대적 박탈감이 더 중요한 이유가 될 수 있을 것이다. 그런데 노성호(1996)의 연구는 검거된 상점절도자의 대부분이 검거당시 제품을 살 수 있을 만한 충분한 돈을 가지고 있었다고 보고하고 있는데, 이는 경제적 특성 외에도 다양한 설명변수가 존재함을 의미한다.

Cox 등(1990)의 연구에 의하면 청소년층이 다른 연령층에 비해 더 높은 상점절도 비율을 보이는 이유를 다음과 같이 설명하고 있다. 첫째, 어른들은 쉽게 살 수 있는 일부 품목이 청소년들에게는 판매 금지되어 있는 경우가 많고, 둘째, 청소년들은 성인으로서의 성장과정(function of maturation) 중에 있기 때문에 성인보다 자제력이 떨어져 있기 때문이라고 하였

다. 즉, 육체적이나 사회적 성장과 더불어 증가되고 있는 욕구에 비해 이를 제어할 만한 정신적인 성숙도가 떨어지는 경우가 많기 때문에 절도와 같은 병리적 행동을 보인다는 것이다. 그런데, 만약 두 번째 이유처럼 상점절도가 미성숙의 함수(function of immaturity)라면 청소년보다 더 어린 연령층에서 상점절도 행위가 더 많이 발생해야 하겠지만 청소년층에서 더 많이 발생하는 이유로는 청소년층의 자아혼돈(identity confusion) 상태와 더불어 어린이와는 달리 독립적으로 상점에 갈 수 있기 때문에 상점절도의 유혹에 빠지기 쉽다고 하였다(서문식 2011).

그러나 상점절도자는 고학력 중산층의 아마추어들이며(Moore 1983), 상점절도를 제외한 대부분의 생활에서는 법규를 준수하며 정신적으로도 아무런 문제가 없다는 연구결과도 있다(Lo 1994). 그러므로 상점절도에 영향을 미치는 요인과 상점절도 행위 간의 관계를 규명함으로써 이들의 인과관계를 보다 명확히 할 필요가 있다.

### Ⅲ. 연구가설의 설정

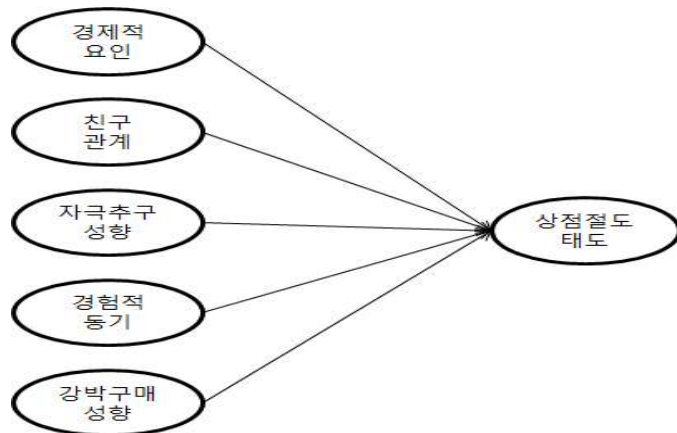
#### 1. 연구모형

본 연구에서는 선행 연구를 토대로 다음과 같은 연구모형을 설정한다. <그림 1>은 상점절도행위에 제품특

성 및 구매시점에서의 물리적 상황, 그리고 소비자의 자극추구성향 등이 영향을 미치고, 그러한 영향관계는 상점절도 동기에 의해 조절된다는 것을 보여준다.

한편 절도태도는 “상점절도 행위에 대해 호의적, 혹은 비호의적으로 반응하려는 학습된 성향”을 의미한다. 본 연구에서는 직접적인 절도 행위뿐만 아니라 절도태도도 측정하고자 하는데, 왜냐하면 본 연구가 계획하고 있는 연구방법이 자기응답에 의한 설문

조사방식이기 때문이다. 통상적으로 절도 행위와 같은 사회적 규범과 관련된(socially desirable) 문제들은 응답자가 응답을 거부하거나 자신의 의견을 정확하게 나타내지 않는 경향이 있다. 이런 경우 통상적으로 선택되는 것이 투사(projection) 방식이다. 본 연구에서는 상점절도에 대한 소비자들의 태도와 그들의 경험을 드러낼 수 있도록 하기 위해 친구들의 절도 행위와 그에 대한 태도를 보고하도록 할 것이다.



< 그림 1> 연구모형

## 2. 연구가설의 설정

### 2.1 경제적 요인

Moore(1983)는 상점절도자들은 일반적인 예상과는 달리 하류층보다는 중류층이 더 많으며, 저학력층보다는

고학력층이 상대적으로 더 많고, 전문 절도범이라기 보다는 아마추어적 범 죄자가 대부분이므로 범 죄자적 시각은 적당하지 않다고 주장한다.

일반적으로 절도 행위는 그 물건이 필요하지만 경제적으로 구매할 여유

가 없어서 행해지는 범법행위이지만 상점절도의 경우는 다를 수 있다는 연구결과가 많이 나와 있다. 즉 경제적으로 궁핍하다는 것이 상점절도를 설명하는 절대적인 요인이 아닐 수 있다는 것이며, 특히 청소년이나 낮은 연령층에서 빈발하는 상점절도는 그럴 가능성이 더욱 크다고 할 수 있다. 이와 관련하여 Guffey et al.(1979)의 연구에서도 상점절도는 중간계층의 소비자들에게서 많이 발생한다는 연구결과를 발표하였다. 하지만 이러한 연구결과는 절대적인 것이 아닐 수 있으며 여전히 절도 행위는 경제적 요인과 밀접한 관련이 있다는 주장도 많이 있어, 본 연구에서는 상점절도와 경제적 요인과의 관련성을 규명하기 위해 다음과 같은 연구가설을 설정한다.

연구가설 1 : 경제적 요인은 상점절도 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

## 2.2 친구관계

Klemke(1982)는 청소년층의 상점절도행위는 친구들의 상점절도행위와 높은 상관관계를 보이고 있다는 것을 발견하였으며, 친구들이 상점절도를 하는 것을 목격하게 되면 상점절도에 대한 도덕적 저항이 약해지는 경향이 있다고 주장하였다. 이것은 다음 두 가지로 설명할 수 있는데 첫째는 상점절도를 하는 친구가 그와 같은 행위를 친구에게 합리화시키는 것이고,

둘째는 친구가 절도행위를 하는 단순한 사실이 반(anti) 상점절도 신념을 약화시킬 수 있다는 것이다.

만약 친구가 상점절도를 하는 것을 목격한다면 그는 다음 세 가지 신념에서 갈등을 일으키게 된다. (1) 내 친구는 괜찮은 놈이다, (2) 내 친구는 상점절도를 한다, (3) 상점절도는 나쁘다. 균형이론(balance theory; Heider 1946)에 의하면 인간은 위 세 가지 신념 중의 하나를 포기하거나 수정함으로써 갈등을 해소하게 되는데, 이미 친구가 상점절도를 하는 것을 목격하였고, 상점절도를 하였다는 사실만으로는 친구를 포기할 것 같지는 않기 때문에 갈등을 해소하는 가장 쉬운 방법은 상점절도가 그렇게 나쁜 것은 아니라고 신념을 수정하는 것이라는 것이다.

특히 청소년기의 상점절도는 또래의 영향을 받을 수 있을 가능성이 많기 때문에 이러한 선행연구결과에 바탕을 두어 본 논문에서는 다음과 같은 연구가설을 설정한다.

연구가설 2 : 친구관계는 상점절도 태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

## 2.3 자극추구성향

선행연구들에 의하면 상점절도의 주요한 동기 중의 하나가 스틸추구와 같은 자극추구 성향을 포함하고 있으므로 소비자의 자극추구성향의 크기



에 따라 상점절도에 대한 태도가 달라질 가능성이 많다.

Guffey 등(1979)은 상점절도의 동기를 스틸추구, 경제적 동기, 들키지 않고 그것을 훔쳤다는 느낌(성취감), 병적인 특성의 4가지 요인으로 설명하고 있다. 여기서 스틸추구나 성취감 등은 Kraut(1976)가 제시한 상점절도와 관련된 인지된 위험수준이라는 측면과도 일맥상통한다. Cox 등(1990)은 청소년 상점절도자를 대상으로 한 연구에서 경험적 동기, 친구와의 교분, 경제적 동기, 금지된 품목에 대한 소유욕구라는 4가지 요인을 상점절도의 동기로 제시하였다. 또한 Lo(1994)는 소비자가 쇼핑공간을 범죄적으로 활용하는 것과 비범죄적으로 활용하는 것은 동일한 분석 프레임워크를 가진다고 하면서 상점절도를 소비자 행동측면에서 접근하여야 한다고 하였다.

상점절도는 충동구매와 유사한 일종의 병리적 소비활동으로 볼 수 있는데, 김상조(1995)는 충동구매에 대한 연구에서 자극수준이 높은, 즉 자극탐색성향이 높은 사람일수록 충동구매의 성향이 크게 나타난다고 하였다. 또한 노정구·김상조(2002a)의 연구에서도 자극추구성향 중 변화추구와 일상탈출의 두 가지 요인이 상점절도 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 선행연구결과를 바탕으로

하여 본 연구에서는 다음과 같은 연구가설을 설정한다.

연구가설 3 : 자극추구성향은 상점절도 태도에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

## 2.4 경험적 동기

비록 범죄적 성향이 큰 사람이라 하더라도 항상 범죄를 저지르는 것은 아니며, 범죄가 가능한 시·공간적 상황에서도 모든 사람이 범죄를 저지르는 것은 아니다. 이는 상점절도 연구에 대한 상황적 접근이 필요함을 의미한다. 이에 본 연구는 상점절도 태도에 영향을 미치는 요인으로 경험적 동기를 제시한다.

상점절도자의 동기는 일반적인 절도행위의 동기와는 다르다. 특히 10대의 경우에는 스틸추구나 그것을 훔쳤다는 느낌(성취감)이 가장 크다고 이야기하고 있으며(Guffey et al. 1979), Cox et al.(1990)도 청소년 상점절도자를 대상으로 한 연구에서 상점절도행위에 대한 동기 중 경험적 동기를 중요한 요인 중 하나로 제시하였다.

특히 청소년은 신체적, 생리적으로 그리고 정서적으로 성장 중에 있는 인격체이다. 이들은 미완의 상태이며 친구나 부모 등의 외부 영향자로부터 쉽게 영향을 받는다. 그러므로 범죄의 동기가 자발적이나 혹은 친구의 영향과 같은 수동적 동기나에 따라 절도 태도에 대한 영향요인의 크기나 방향

이 달라질 가능성이 크다. 예를 들면 상점절도 등과 같은 비정상적인 행위에 대한 경험적 동기가 강한 학생일수록 상점절도 행위에 대해 호의적인 태도를 보일 가능성이 크다고 할 수 있다.

이에 따라 본 연구에서는 다음과 같은 연구가설을 설정한다.

연구가설 4 : 경험적 동기는 상점절도 태도에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

## 2.5 강박구매성향

강박구매는 통제할 수 없는 구매 욕구에 의한 구매행위를 말하며, 소비자의 기능장애적 행동 중의 하나이다 (Faber and O'Guinn 1988). 강박구매는 충동구매의 연장선상에 있지만 구매에 대한 욕구가 지나쳐 신용카드 남용으로 인한 개인의 경제 파탄 및 사회에 악영향을 끼치는 부정적인 소비자행동의 하나이다 (Roberts and Jones 2001; 이승희·이은옥 2007). d'Astous and Tremblay(1989)의 연구결과에 의하면 강박구매성향이 높은 소비자들은 자아존중감이 낮고, 나이가 어리며, 신용카드의 사용빈도가 높고, 여자일 가능성이 많다고 한다.

강박구매성향과 상점절도와의 관련성을 연구한 논문들도 있는데, McElroy et al.(1991)은 강박구매성향이 있는 사람들은 높은 구매충동을

억제하지 못하고 상점절도를 한다고 하였으며, 상점절도에 대한 범죄인식도도 낮은 것으로 나타났다. 또한 d'Astous et al.(1990)는 청소년의 강박구매성향에 대한 광범위한 연구를 수행하였으며, 이승희·이은옥(2007)의 연구에서도 강박구매성향과 상점절도 태도와 관련성이 있다는 연구결과를 보여주고 있다.

이상과 같은 연구결과들에 근거하여 본 논문에서는 다음과 같은 연구가설을 설정한다.

연구가설 5 : 강박구매성향은 상점절도 태도에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

## IV. 실증분석

### 1. 표본설계 및 자료수집

#### 1.1 설문지의 작성

설문지의 각 문항은 문헌연구를 통해 기존의 연구에서 신뢰성과 타당성이 확보되어 있는 문항을 토대로 각 변수를 측정할 문항을 추출하였으며, 5점 리커트 척도(Likert scale)로 측정되었다. 설문지의 내용을 구체적으로 보면, 경제적 요인은 Cox et al.(1990)의 논문을 참조하여 '상점절도는 그 물건이 꼭 필요해서 훔치는 경우가 많다', '그 물건이 필요하지만 돈을 주

고 사고 싶지는 않아서 상점절도를 한다’, ‘그 물건을 훔쳐서 다른 사람에게 팔기 위해서 상점절도를 한다’의 3 문항을 사용하였으며, 친구관계는 d’Astous et al.(1990)과 Cox et al.(1990)의 논문을 참조하여 ‘친구들이 그렇게 하기 때문에’, ‘친구들이 그렇게 해보라고 부추겼기 때문에’, ‘친구들을 기쁘게 해주려고’, ‘친구들이 훔치는 것을 원했기 때문에’의 4문항으로 측정하였다.

경험적 동기는 Cox et al.(1990)의 논문을 참조하였으며 ‘그것을 훔쳐 가면 어떻게 하는지 보려고’, ‘단지 재밌거리로’, ‘흥분거리로(for excitement)’, ‘물건을 훔치는 기분이 어떤지 느껴보려고’의 4문항으로 측정하였다. 자극추구성향은 ‘갈등을 해결해 줄 수 있는 이상적인 자극수준을 유지하기 위해 소비자가 자극을 탐색하려는 경향’을 말하는데, Zukerman(1979)의 자극추구척도와 Mehrabian과 Russel(1974)의 자극추구성향변수, 그리고 노정구·김상조(2002a)의 측정도구를 참조하여 ‘자극적인 것 추구’, ‘놀랄만한 행동’, ‘변화로 가득찬 삶’, ‘남과 다른 삶’의 4문항으로 측정하였다.

강박구매성향은 ‘통제할 수 없는 구매 욕구에 의한 구매행위’를 말하며, d’Astous et al.(1990)의 연구를 참조하여 ‘나는 돈을 가지고 있으면 그 중의 일부 또는 전부를 쓰지 않고는 못 배긴다’, ‘나는 단지 그것을 갖고 싶다

는 이유만으로 상점에서 본 어떤 물건을 아무런 계획 없이 종종 구입한다’, ‘나는 내 몸 안의 어떤 무엇이 나로 하여금 쇼핑을 하러 가게끔 한다는 것을 종종 느낀다’, ‘돈이 거의 없을 때라도 나는 필요 없는 물건을 구매할 때가 종종 있다’, ‘때때로 내가 어떤 물건을 사고 나서 그것이 비합리적으로 보이기 때문에 죄책감을 느낄 때가 있다’의 5문항으로 측정하였다.

상점절도 태도는 ‘상점절도 행위에 대해 호의적, 혹은 비호의적으로 반응하려는 학습된 성향’을 의미하며, Guffey et al.(1979), 노정구·김상조(2002a), 이승희·이은옥(2007)의 연구를 참조하여 ‘청소년기에 한 번쯤 슬쩍하는 것은 괜찮다’, ‘친구가 슬쩍하는 것이 나빠 보이지 않는다’, ‘상점들은 충분한 이윤을 얻고 있으므로 작은 것은 가져가도 괜찮다’, ‘나도 한 번쯤은 훔쳐보고 싶다’의 4문항으로 측정하였다. 마지막으로 상점절도 행위는 ‘나는 상점절도를 해 본 경험이 있다’라는 질문에 ‘예, 아니오’ 중 하나에 응답하게 하는 것으로 측정하였다.

## 1.2 자료수집

본 연구의 실증분석을 위해 설문조사를 실시하였으며, 설문조사 대상자들은 부산 시내 4년제 대학 재학생들이었다. 대학생들을 대상으로 한 이유는 다른 연령층보다 상점절도가 청소년층에서 더 빈번하게 발생한다는 선

행연구 결과(Guffey et al. 1979, Cox et al. 1990)에 따른 것이었으며, 대학생은 청소년층에 가장 가까운 연령층이라고 생각했기 때문이었다. 설문조사는 2013년 2월부터 3월 사이에 실시되었으며, 총 300부의 설문지를 배부하여 281부를 회수하였다. 이 중 불성실하거나 무성의하게 응답한 설문

지를 제외한 257부의 설문지가 최종 분석 자료로 사용되었다.

본 연구를 수행하는데 사용된 실증 분석방법은 다음과 같다. 먼저 인구통계적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 응답자의 구체적인 인구통계적 분포는 다음 <표 1>와 같다.

<표 1> 표본의 인구통계적 특성

학년			가구 소득		
	빈도	퍼센트		빈도	퍼센트
1학년	47	18.3	200만원미만	33	12.8
2학년	99	38.5	200-300만원미만	51	19.8
3학년	50	19.5	300-400만원미만	73	28.4
4학년	61	23.7	400-500만원미만	39	15.2
			500만원이상	61	23.7
합계	257	100	합계	257	100
성별			용돈		
	빈도	퍼센트		빈도	퍼센트
남자	180	70	10만원미만	32	12.5
			10-20만원미만	23	8.9
			20-30만원미만	77	30
			30-40만원미만	66	25.7
여자	75	30	40-50만원미만	23	8.9
			50-60만원미만	14	5.4
			60-70만원미만	10	3.9
			70만원이상	12	4.7
합계	257	100	합계	257	100

변수들의 내적일관성을 살펴보기 위해 Cronbach's Alpha 검증을 통한 신뢰도 분석을, 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 실시하였다. 그리고 연구모형의 적합도와 가설 검증은 AMOS 4.01을 활용하였다.

## 2. 신뢰성 및 타당성의 검토

먼저 개념타당성을 살펴보기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 2>에 나타나 있다. 또한 신뢰성 검증을 위해 각 요인에 대한 Cronbach's Alpha 값을 구하였는데, <표 2>에서 보는 바처럼 본 연구에

서의 측정값들은 개념타당성과 신뢰성을 확보하고 있는 것으로 판단된다.

또한 집중타당성과 판별타당성을 검증하였으며, <표 3>에는 확인적 요인분석결과가 나타나 있고, <표 4>에는 판별타당성 분석결과가 나와 있다. 확인적 요인분석 결과 친구관계요인 3번 항목, 경험적 동기 1번 항목(1개), 자극추구성향 1번 항목(1개), 강박구

매성향 3번, 4번 항목(2개), 상점절도 태도 4번 항목(1개)의 요인적재량이 낮아 이들을 제거한 후 요인분석을 다시 실시하였다. 개념 신뢰도가 모두 0.7을 상회하였고 평균분산추출값(AVE)도 0.5를 상회하였기 때문에 집중타당성을 확보하고 있으며, 판별타당성 역시 별다른 문제가 없는 것으로 판단된다.

<표 2> 탐색적 요인분석 결과

측정항목	친구관계	경험적동기	강박구매	상점절도 태도	자극추구성향	경제적요인
FRI1	<b>.847</b>	.257	.049	.137	-.004	.008
FRI2	<b>.829</b>	.241	.020	.096	-.053	.150
FRI3	<b>.819</b>	.218	.061	.148	.036	.068
FRI4	<b>.713</b>	.234	-.011	.289	.014	.113
EXP1	.155	<b>.844</b>	.046	.133	-.020	.102
EXP2	.298	<b>.815</b>	.056	.027	.082	.088
EXP3	.291	<b>.806</b>	.037	.027	.025	.035
EXP4	.230	<b>.614</b>	.007	.206	-.124	.047
COM1	.036	.009	<b>.802</b>	.132	.058	-.091
COM2	-.021	.000	<b>.768</b>	.015	-.057	.194
COM3	.063	-.034	<b>.721</b>	-.005	.047	.056
COM4	-.029	.038	<b>.711</b>	-.058	.036	.047
COM5	.070	.100	<b>.667</b>	.176	.078	-.043
ATT1	.112	.126	.115	<b>.792</b>	-.116	-.056
ATT2	.072	.159	.009	<b>.783</b>	-.049	.084
ATT3	.110	.075	.083	<b>.738</b>	.077	.158
ATT4	.247	-.047	.025	<b>.666</b>	.073	-.102
STI1	.015	-.005	-.005	-.053	<b>.842</b>	-.131
STI2	-.082	.017	.051	-.053	<b>.798</b>	-.061
STI3	-.021	-.043	.140	.030	<b>.743</b>	.158
STI4	.092	-.004	-.020	.068	<b>.741</b>	.197
ECO1	-.053	.214	-.055	.044	.105	<b>.773</b>
ECO2	.252	.118	.177	-.070	.025	<b>.633</b>
ECO3	.224	-.341	.084	.230	.019	<b>.469</b>
아이겐 값	5.298	2.907	2.412	2.002	1.431	1.230
분산비중(%)	22.076	12.111	10.052	8.343	5.961	5.123
Cronbach's α	.886	.849	.791	.763	.796	.727

<표 3> 확인적 요인분석 결과

연구단위			Estimate	S.E.	C.R.	P	개념 신뢰도	AVE
ECO1	<---	경제적 요인	1				0.823	0.604
ECO2	<---		4.537	2.112	2.148	0.032		
ECO3	<---		1.505	0.566	2.661	0.008		
FRI1	<---	친구 관계	1				0.814	0.517
FRI2	<---		1.05	0.06	17.409	***		
FRI4	<---		0.75	0.052	14.366	***		
EXP2	<---	경험적 동기	1				0.796	0.694
EXP3	<---		0.952	0.055	17.323	***		
EXP4	<---		0.663	0.049	13.612	***		
STI2	<---	자극추 구성향	1				0.863	0.712
STI3	<---		1.715	0.253	6.778	***		
STI4	<---		1.381	0.179	7.712	***		
COM1	<---	강박구 매성향	1				0.723	0.56
COM2	<---		1.424	0.223	6.385	***		
COM5	<---		0.875	0.131	6.653	***		
ATT1	<---	상점절 태도	1				0.694	0.71
ATT2	<---		1.152	0.161	7.175	***		
ATT3	<---		0.789	0.109	7.249	***		

\*\*\* p<.001

<표 4> 판별타당성 분석

	경제적 요인	친구관계	경험적 동기	자극추구 성향	강박구매 성향	상점절도 태도
경제적요인	0.60*					
친구관계	0.376	0.572*				
경험적동기	0.124	0.416	0.628*			
자극추구 성향	0.348	0.302	0.385	0.723*		
강박구매 성향	0.442	0.232	0.257	0.447	0.579*	
상점절도 태도	0.377	0.254	0.346	0.244	0.422	0.69*

\* : AVE(평균분산 추출값)

### 3. 가설검증결과 및 해석

가설검증을 하기 전에 상점절도 경험 유무에 대한 응답결과를 살펴보면

<표 5>에서 보는 바처럼 응답자 257명 중 91명이 상점절도를 한 경험이 있다고 응답하였다.

<표 5> 상점절도 경험

상점절도 경험 유무					
예	91명	35.4%	아니오	166명	64.6%

이는 응답자의 약 35%가 상점절도의 유경험자라는 것을 말하는 것이며, 우리나라 청소년들은 학창시절을 거치면서 생각보다 많은 비율이 상점절도 행위를 하고 있다는 것을 말해 준다. 상점절도 행위는 금액이 적더라도 청소년의 가치관 형성에 부정적인 영향을 미칠 가능성이 크며, 사회전체적인 비용 또한 만만치 않은 것으로 나타났다기 때문에 이에 대한 학문적·사회적 연구와 관심이 필요할 것으로 보인다.

본 연구에서 설정된 연구가설을 검증하기 위하여 AMOS 4.01을 이용하여 경로분석을 실시하였다. 연구모형의 적합도 지수는  $\chi^2=76.417(0.006)$ ,  $df=48$ ,  $NFI=0.939$ ,  $GFI=0.938$ ,  $AGFI=0.9$ 로 나타났다. 모든 지표들이 만족할 만한 수준으로 나타나 구성 개념들 간의 가설관계를 설명하기에는 무리가 없는 것으로 판단된다.

가설검증 결과를 정리하면 다음과 같다.

먼저 경제적 요인이 상점절도 태도에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설1은  $-0.092(t=-1.116)$ 의 추정계수를 보임으로써 기각되었다. 기존연구에서는 경제적 요인이 상점절도 태도에

유의한 영향을 미친다는 연구결과와 그렇지 않다는 연구결과가 혼재하고 있는데, 본 연구에서는 경제적 요인이 상점절도 태도에는 별다른 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 친구관계가 상점절도 태도에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설2는  $0.418(t=3.599)$ 의 유의한 추정계수 값을 보임으로써 가설2는 지지되었다. 상점절도 행위나 태도, 특히 본 연구에서처럼 연구대상이 청소년일 경우에는 친구관계가 상점절도에 절대적인 영향을 미친다는 기존 연구결과를 본 연구가 다시 한번 뒷받침하고 있다는 것을 확인하고 있는 것으로 생각된다. 자극추구성향과 상점절도 태도 사이에는  $-0.079(t=-1.034)$ 의 추정계수를 보임으로써 자극추구성향이 상점절도 태도에 유의적인 영향을 미칠 것이라는 가설3은 기각되었다. 이것은 두 변수 사이의 인과관계를 검증한 대부분의 기존 연구와는 다른 결과로서 청소년들의 경우 자극추구성향이 상점절도 태도에는 별다른 영향을 미치지 않는다는 것을 보여주고 있다. 가설4는 소비자의 경험적인 동기가 상점절도 태도에 유의한 영향을 미친다는 것으로 설정되었는데,  $0.021(t=0.365)$ 의 추정계수

를 보임으로써 가설4는 기각되었다. 이와 같은 연구결과는 자극추구성향이 기각된 것과 마찬가지로 단지 재밌거리나 물건을 훔치는 기분이 어떤지 느껴보려고 하는 것 등과 같은 경험적 동기는 상점절도 행위나 태도에 별다른 영향을 미치지 못하는 것을 뒷받침하는 것으로 나타났다.

마지막으로 강박구매성향이 상점절

도 태도에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설5는 추정계수 0.209( $t=2.602$ )을 보임으로써 지지되었다. 이는 강박구매성향이 높은 사람이 물건 구매에 대한 충동을 이기지 못하고 상점절도 행위를 하거나 적어도 상점절도에 대한 죄책감을 적게 느낀다는 기존 연구결과를 뒷받침하는 것으로 볼 수 있다.

<표 6> 가설검증 결과

가설	경로	Estimate	표준화 계수	S.E.	t	P	채택 여부
가설1	경제적요인 -> 상점태도	-0.092	-0.128	0.083	-1.116	0.264	기각
가설2	친구관계 -> 상점태도	0.418	0.388	0.116	3.599	***	채택
가설3	자극추구성향 -> 상점태도	-0.079	-0.081	0.077	-1.034	0.301	기각
가설4	경험적동기 -> 상점태도	0.021	0.035	0.055	0.365	0.715	기각
가설5	강박구매 -> 상점태도	0.209	0.229	0.08	2.602	0.009	채택

\*\*\*  $p<.001$

## V. 결 론

본 연구는 소매점 내에서의 상점절도 행위에 관한 이론적 배경과 기존 연구들을 바탕으로 하여 최근 들어 점증하고 있는 상점절도행위의 특성과 이에 영향을 미치는 요인을 규명하고자 하는데 연구목적이 있으며, 특히 상점절도 태도와 이의 영향요인들에 대한 관련성을 분석하는데 초점을 두고 있다. 아울러 본 연구결과를 바탕으로 하여 청소년들의 가치관 형성에 부정적인 영향을 미치고 사회적으로도 낭비요인이 상당한 상점절도행위를 미연에 방지하고 소매점의 입장

에서 상점절도 피해액을 줄일 수 있는 시사점을 도출하는데도 본 연구의 중요한 연구목적이 있으며, 마지막으로 상점절도와 관련된 향후 연구주제나 연구과제를 제시하고자 한다.

먼저 본 연구의 실증분석 결과와 그에 대한 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 상점절도 경험 유무에 대한 응답결과를 보면 응답자 257명 중 91명이 상점절도를 한 경험이 있다고 응답하였다. 이는 응답자의 약 35%가 상점절도의 유경험자라는 것을 말하는 것이며, 우리나라 청소년들은 학창시절을 거치면서 생각보다 많은 비율이 상점절도 행위를 하고 있다는 것



을 말해 준다. 상점절도 행위는 금액이 적더라도 청소년의 가치관 형성에 부정적인 영향을 미칠 가능성이 크며, 사회전체적인 비용 또한 만만치 않은 것으로 나타났기 때문에 이에 대한 학문적·사회적 연구와 관심이 필요할 것으로 보인다. 즉 학교나 사회에서 청소년들의 상점절도 행위에 대해 보다 적극적이고 예방적인 차원에서 사고하고, 상점절도 행위를 감소시키기 위한 방안을 적극적으로 강구하는 것이 필요하다는 것을 보여준다.

둘째, 상점절도 태도에 유의한 영향을 미치는 요인으로는 친구관계와 강박구매성향인 것으로 나타났다. 이들 두 요인은 기존 연구들에서 그 영향력이 검증된 요인들로서 본 연구에서도 기존연구결과를 뒷받침한다는 것을 알 수 있다. 아직 올바른 가치관이 형성되기 이전인 청소년기에서는 친구들 간의 관계가 행동이나 사고의 준거가 될 가능성이 높다는 점에서 본 연구결과를 수긍할 수 있으며, 강박구매성향은 충동구매성향 등과 함께 비정상적인 구매성향을 감안할 때 이들 요인이 상점절도 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 추론할 수 있다.

셋째, 경제적 요인, 자극추구성향, 경험적 동기는 상점절도 태도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 경제적 요인은 기존 연구들에서도 상점절도 행위나 태도와의 관련성

에 대한 일관된 결과가 없었으며, 본 연구결과는 단지 경제적인 동기 때문에 상점절도를 한다는 것은 설득력이 없다는 것을 말해준다. 또한 자극추구성향과 경험적 동기 역시 유의성이 없는 것으로 나타나 상점절도를 단순히 재미로나 자극적인 경험을 하기 위해 하는 것은 아니라는 사실을 나타내 준다.

본 연구 결과가 주는 학문적·실무적 기여와 시사점으로는 다음과 같은 것들을 제시할 수 있다.

첫째, 본 연구결과를 바탕으로 하여 유통이나 마케팅 분야에서 상점절도 행위에 대한 연구의 이론적 토대를 마련할 수 있을 것이다. 지금까지 소매점 내에서의 절도행위에 대한 연구는 주로 사회학이나 심리학적 측면에서 연구되어져 왔으며, 정작 소매점 경영을 주요 연구대상으로 하고 있는 유통이나 마케팅 분야에서는 이에 대한 연구결과를 찾아보기 힘들다. 따라서 본 연구결과를 토대로 하여 앞으로 소매점 내에서의 상점절도행위 및 태도에 대한 유통이나 마케팅 관점에서의 추가적인 연구를 기대할 수 있을 것이다.

둘째, 상점절도 태도에 영향을 미치는 심리적 내지 소비자행동적 측면에서의 영향요인이 규명됨으로써 상점절도 행위의 예방 프로그램의 개발이나 시행에 도움을 줄 수 있을 것이다. 본 연구가 제안하는 상점절도태도의

영향요인이나 절도 동기 등에 대한 이해 수준의 증대를 통해 적절한 실무적 대응수단을 강구하고, 소비자들의 상점절도 동기를 예방 내지 해소해 줄 수 있는 교육 프로그램의 개발 등과 같은 간접적인 방안을 고안할 수도 있을 것이다.

셋째, 상점절도 행위에 대한 연구영역이 확대됨으로써 상점절도에 대한 사회적 비용을 줄이는데 공헌할 수 있다. 더 이상의 생산성 향상이나 비용절감이 어려운 시점에서 많게는 매출액의 4-5%에 이르는 상점절도의 피해는 반드시 해결해야 할 과제 중의 하나이다. 특히 상점절도 행위의 많은 부분을 차지하고 있는 청소년의 상점절도 행위는 그들의 소비행동양식이자 가치 표현의 한 방식으로서, 좁게는 청소년 자신이나 피해자인 소매점부터 넓게는 사회전반에 걸쳐서 불신풍조의 만연과 같은 사회적 병리를 초래한다. 피해자인 소매점은 보안 카메라의 활용이나 경보장치의 활용 등을 통해 이를 막아보려고 하지만 절도수준의 감소는 그다지 크지 않은 반면에 소비자의 불편을 가중시키고 소비자 불만을 조장하는 부정적인 결과를 초래하기도 한다. 일부에서는 강력한 처벌을 통한 계도를 주장하기도 하지만 그 대상이 청소년 등 사회적 약자라는 점에서 선불리 시행하기도 힘들다.

마지막으로 본 연구를 바탕으로 하

여 상점절도와 관련된 추후 연구 과제를 제시하면 다음과 같다. 먼저 본 연구에서는 상점절도 태도에 영향을 미치는 요인들을 검증하였는데, 실제로 상점절도 행위와 관련된 요인들을 찾아내는 연구를 진행할 수 있다. 또한 실제 상점절도 행위자와 비행위자간에 어떤 요인들은 공통적으로 관련성이 있고, 어떤 요인들은 차이가 있는지를 분석함으로써 소매점 상점절도 행위의 예방이나 방지에 도움이 되는 시사점을 얻을 수 있을 것이다.

## 참고문헌

1. 강명구(1993), 압구정 문화와 노동 청소년 문화, 소비대중 문화와 포스트 모더니즘, 민음사.
  2. 권미화(2000), 청소년 소비자의 소비가치와 소비행동의 합리성, 서울대학교 박사학위 논문.
  3. 김상조(1995), 충동구매자의 심리적·행동적 특성에 관한 연구, 부산대학교 석사학위 논문.
  4. 김윤환·강명주(2012), “백화점의 고객만족 및 충성도 제고를 위한 선행요인에 관한 연구, 경영정보연구, Vol.31(1), pp.65-88.
  5. 김형길, 김정희(2000), “소비자의 물질주의가 허영에 미치는 영향에 관한 연구,” 소비문화연구, Vol.3(3), pp.43-68.
  6. 노성호(1996), “상점절도에 관한 소고,” 형사정책연구소식.
  7. 노성호(1997), 상점절도에 관한 연구, 창신사.
  8. 노정구·김상조(2002a), “자아정체감 및 자극추구성향이 청소년 상점절도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구,” 마케팅관리연구, 7(3), pp.155-175.
  9. 노정구·김상조(2002b), “청소년의 상점절도와 그 영향요인에 관한 이론적 연구,” 사이버비즈니스, 1, pp.95-106.
  10. 손상희(1997), “청소년 소비문화에 관한 고찰,” 한국가정관리학회지, Vol.15, No.4, pp.341-354.
  11. 박미정, 윤정혜(2000), “청소년 소비자의 자아정체감 상태와 사회인구학적 특성이 소비주의 성향에 미치는 영향 - 인천광역시 고등학생 청소년 소비자를 대상으로,” 소비문화연구, Vol.3, pp.69-98.
  12. 서문식(2011), “고객의 자기결정적 관계발전에 영향을 미치는 환경적 요인과 그 성과,” 경영정보연구, Vol.30(2), pp.81-111.
  13. 이승희·이은옥(2007), “패션제품 상점절도에 영향을 미치는 변인에 관한 연구,” 한국의류학회지, Vol.31, No.7, pp.1042-1051.
- 이용혁(2009), “대형마트에서의 상점절도: 누가, 언제, 어떻게, 무엇을 훔치나,” 형사정책, 제21권 제2호, pp.267-294.
14. 이재창(1989), “동일시 대상이 청소년에게 미치는 영향,” 청소년, Vol.47, pp.36-41.
  15. 이진화·이정호(2011), “패션제품 증독구매성향이 구매 후 감정 및 행동에 미치는 영향,” 경영정보연구, Vol.30(4), pp.195-227.
  16. 임창희·홍용기(1999), “반생산적 행동으로서의 종업원절도,” 경영학연구, 한국경영학회, 제28권 제2호, 1999년 5월, pp.373-390.
  17. 한국형사정책연구원(1986), “상점

- 절도에 관한 연구” 형사정책연구 소식.
18. 한국형사정책연구원(1992), “강·절도범죄의 실태에 관한 연구.” 형사정책연구소식.
  19. 한국경제신문, 2011년 11월 4일.
  20. Athola, Olli T.(1985), "Hedonic and Utilitarian Aspects of Consumer Behavior : An Attitudinal Perspective," *Advanced in Consumer Research*, Vol.12., pp.275-279.
  21. Baumer, Terry and Dennis Rosenbaum(1984), *Combating Retail Theft: Programs and Strategies*, Stoneham, MA: Butterworth.
  22. Beck, Esther Ann and Sherwood C. McIntyre(1977), "MMPI Pattern of Shoplifters within a College Population," *Psychological Reports*, Vol.41. p.1035 cited in Hugh J. Guffey, Jr., James R. Harris, and J. Ford Laumer, Jr.(1979), "Shopper Attitudes Toward Shoplifting and Shoplifting Preventive Devices," *Journal of Retailing*, Vol.55, No 3, pp.75-89.
  23. Beers, Janie Sitton(1973), *A Comparison of Shoplifters and Non-Shoplifters: A Study of Student Self-conception*, Ph.D. Dissertation, University of Maryland. cited in Hugh J. Guffey, Jr., James R. Harris, and J. Ford Laumer, Jr.(1979), "Shopper Attitudes Toward Shoplifting and Shoplifting Preventive Devices," *Journal of Retailing*, Vol.55, No 3, pp.75-89.
  24. British Retail Consortium(1999), *Retail Crime Survey 1998*, British Retail Consortium, London.
  25. British Retail Consortium(2000), *Retail Crime Survey 1999*, British Retail Consortium, London.
  26. Brooks, C. and C. Cross(1996), *Retail Crime Cost: 1994/1995 Survey*, British Retail Consortium, London.
  27. Cohen, L. E. and M. Felson(1979), "Social Change and Crime rate trends : A Routine Activity Approach," *American Sociological Review*, Vol.44, pp.123-132.
  28. Cohen, L.E., and D. Cantor(1981), "Residential burglary in the United States: Lifestyle and Demographic Factors Associated with the Probability," *Journal of Research in Crime and Delinquency*,

- Vol.18, pp.113-127.
29. Cox, Anthony D., Dena Cox, Ronald D. Anderson, and George P. Moschis(1993), "Social Influences on Adolescent Shoplifting -Theory, Evidence, and Implications for the Retail Industry," *Journal of Retailing*, Vol.69, No.2, pp.234-246.
30. Cox, Dena., Anthony D. Cox, and George P. Moschis(1990), "When Consumer Behavior Goes Bad: An Investigation of Adolescent Shoplifting," *Journal of Consumer Research*, Vol.17, pp.149-159.
31. d'Astous, Alain, Julie Maltais, and Caroline Roberge(1990), "Compulsive Buying Tendencies of Adolescent Consumers," *ACR*, Vol.17, 1990, pp.306-312.
32. Gibbens, T.C.N., and J. Prince(1962), *Shoplifting, Institute for the Study and Treatment of Delinquency*, London.
33. Guffey, Hugh J., Jr., James R. Harris, and J. Ford Laumer, Jr.(1979), "Shopper Attitudes Toward Shoplifting and Shoplifting Preventive Devices," *Journal of Retailing*, Vol.55, No 3, pp.75-89.
34. Hugh J. Guffey, Jr., James R. Harris, and J. Ford Laumer, Jr.(1979), "Shopper Attitudes Toward Shoplifting and Shoplifting Preventive Devices," *Journal of Retailing*, Vol.55, No 3, pp.75-89.
35. Klemke, L.(1982), "Exploring juvenile Shoplifting," *Sociology and Social Research*, Vol.67, pp.59-75.
36. Kraut, Robert E.(1976), "Deterrent and Definitional Influences on Shoplifting," *Social Problems*, Vol.23, pp.358-368.
37. Lo, Lucia(1994), "Exploring Teenage Shoplifting Behavior," *Environment & Behavior*, Vol.26 Issue 5. pp.613-639.
38. Luo, Xueming(2005), "How Does Shopping with Others Influence Impulsive Purchasing?" *Journal of Consumer Psychology*, 15(4), pp.12-25.
39. Mazar, Nina and Dan Ariely(2006), "Dishonesty in Everyday Life and Its Policy Implications," *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(1), pp.120-132.
40. Moore, R.H.(1983), "College shoplifters : Rebuttal of Beck and McIntyre," *Psychological*

- Reports, Vol.53, pp.1111-1116.
41. Nettler, Gwynne(1989), *Criminology Lessons*, Cincinnati, OH: Anderson.
  42. Raju, P.S.(1980), "Optimal Stimulation Level: Its Relationship to Personality, Demographics and Exploratory Behavior," *Journal of Consumer Research*, Vol.7, pp.65-78.
  43. Ramanathan, Suresh and Geeta Menon(2006), "Time-Varying Effects of Chronic Hedonic Goals on Impulsive Behavior," *Journal of Marketing Research*, 43(4), pp.151-165.
  44. Rengert, G., and J. Wasilchick (1985), *Suburban burglary : A Time and a Place for Everything*, Springfield, IL: Charles C Thomas.
  45. Speed, M., J. Burrows, and J. Bamfield(1995), *Retail Crime Costs 1993/94 Survey: The Impact of Crime and the Retail Response*, British Retail Consortium, London.
  46. Tonglet, Michele(2002), "Consumer Misbehaviour: An Exploratory Study of Shoplifting," *Journal of Consumer Behaviour*, June, pp.336-354.
  47. Townsend, M.(1972), *Shoplifting --A Study*, Vancouver : Elizabeth Fry Society of British Columbia.
  48. Turner, C.B., and S. Cashdan (1988), "Perception of College Student's Motive for Shoplifting," *Psychological Reports*, Vol.62, pp.855-862.
  49. U.S News & World Report (1999). "In Hot Pursuit of Business Criminals," July 23, p.59.
  50. U.S News & World Report (2001). "Hey, Security Tag Makers: you're it," vol.130 issue 19, p.34.
  51. Walers, Russel G., and M.J. Etzel(1985), "A Consumer Response to Incongruity between Optimal Stimulation and Life Style Satisfaction," *Advanced in Consumer Research*, Vol.12, pp.32-36.
  52. Walsh, D.(1978), *Shoplifting : Controlling a Major Crime*, Macmillan(London).
  53. Weaver, F.M., and J.S. Carroll (1985), "Crime Perceptions in a Natural Setting by Expert and Novice Shoplifters," *Social Psychology Quarterly*, Vol.48, pp.349-359.
  54. Wells, C. and A. Dryer(1997),

- Retail Crime Costs Survey  
1995/96, British Retail  
Consortium, London.
55. Wells, C. and A. Dryer(1998),  
Retail Crime Costs Survey 1997,  
British Retail Consortium,  
London.
56. Wilkes, Robert E.(1978), "Frau-  
dulent Behavior by Consumers,"  
Journal of Marketing, Vol.42,  
pp.67-75.
57. Won, G., and G. Yamamoto  
(1968), "Social Structure and  
Deviant Behavior - A Study of  
Shoplifting," Sociology and  
Social Research, Vol.53, pp.44-  
55.
58. Wright, T.L., and A. Kirmani  
(1977), "Interpersonal Trust,  
Trustworthiness and Shoplifting  
in High Schools," Psychological  
Reports, Vol.41. p.1165 cited in  
Hugh J. Guffey, Jr., James R.  
Harris, and J. Ford Laumer,  
Jr.(1979), "Shopper Attitudes  
Toward Shoplifting and  
Shoplifting Preventive Devices,"  
Journal of Retailing, Vol.55, No  
3, pp.75-89.

## Abstract

### A Study on the Shoplifting Behavior and Its Influencing Factors in the Retail Shop

Noh, Jung-Koo\*

Recently as the economic circumstances have been getting worse, livelihood crimes like shoplifting have occurred considerably frequently. Shoplifting is the stealing behavior occurred in the retail shop such as department store, discount store, supermarket. Though there is economic and social risk of shoplifting, academic research of shoplifting has implemented scarcely.

This study analyzes the shoplifting behavior in the retail store and its influencing factors, and aims to provide background of academic research of this field. So this study will give practical implication to reduce or prevent shoplifting behavior.

As a result of this study, friend relationship and compulsive buying disposition influence the attitude of shoplifting behavior. But economic motive, stimulus pursuit disposition, and experience motive do not influence the attitude of shoplifting behavior. Finally to reduce or prevent shoplifting behavior, this study suggests the implications of this study and further research agenda.

Key Words: shoplifting behavior, stimulus pursuit disposition, experience motive, compulsive buying disposition

---

\* Professor, Department of Distribution Management, Tongmyong University, jknoh@tu.ac.kr