

論文

면세점 이용객들의 목표지향적 행동에 관한 연구

최유진*, 박진우*

The Research focusing on the Goal-directed Behavior of Duty Free Shop Users

Yu-Jin Choi*, Jin-Woo Park*

ABSTRACT

The purpose of this study is to explore structural relationship between cognitive factors and emotional factors in predicting behavioral intention of duty-free users. This study conducted questionnaire survey on 246 users of duty-free shops and analyzed it by using structural equation. As the result of the study, attitude was significantly associated with both desire and behavioral intention. Subjective norm had a significant impact on desire, but had no significant impact on behavioral intention. Whereas perceived behavioral control did not have a significant influence on desire and intention. Desire, which plays mediating role as a major variable in goal-directed behavioral model, turned out to not only have significant impact on behavioral intention but has the strongest effect as well. This study has its academic meaning in that it explored factors which have effect on decision-making process of duty-free users focusing on goal-oriented behavioral model, which is one of integrated psychological models. In practical terms, this study can be used as a basic material for corporations to establish goals in domestic duty-free shops.

Key Words : Duty Free Shop(면세점), Attitude(태도), Subjective Norms(주관적 규범) Behavior Intention(행동의도), Goal-directed Behavior Model(목표지향적행동모델)

1. 서론

지난해 세월호를 비롯한 여타의 사건사고로 소비심리가 위축되면서 각종 업계는 불황에 허덕였으나 국내 면세점 업계만은 이례적인 호황을 누렸다. 세계 관광기구에 따르면 국내 면세시장은 2011년과 2012년 각각 10% 이상의 시장점유율을 보여 세계시장 1위를 차지하였고 2013년 역시 총

매출 약 62억 달러로 1위를 수성했다. 면세점의 특성상 내국인 관광객과 더불어 외국인 관광객의 영향을 많이 받고 있으므로 정부, 업계 간 협업은 필수라고 본다. 면세 산업은 국가 산업으로 국가 경제에 기여하는 바가 크므로 면세점 이용객의 행동을 이해 및 예측하는데 무엇보다 필요한 시점이다.

많은 소비자 행동은 목표지향적 행동의 특성을 보이므로(Bandura, 1986) 본 연구에서는 인간 행동을 설명하는 통합적 관점에서 제시된 목표지향적 행동모형을 중심으로 분석하고자 한다. 목표지향적 행동이론은 개인의 인지적 측면뿐만 아니라 감정적 측면까지 고려한 이론으로 면세점 이용객들의 행동을 이해하는데 있어 유용하게 활용될 수 있을 것으로 판단된다. 따라서 목표지향적

2015년 9월 25일 접수 ~ 2015년 10월 14일 심사완료
게재 확정일 (2015년 12월 10일)

* 한국항공대학교 대학원 경영학과

** 한국항공대학교 경영학과

연락처, E-mail : jwpark@kau.ac.kr

경기도 고양시 덕양구 화전동 200-1

행동이론을 면세점에 적용하여 주요 요인들 간의 구조적 영향관계를 파악하고자 한다. 구체적으로 면세점 이용객들의 이용의사결정과정을 보다 논리적으로 살펴보고자 한다.

II. 본 론

2.1 이론적 배경

면세점 이용객들의 이용의사결정의 심리과정을 이해하는 것은 면세점 산업에서 가치 있는 일이다. 행동연구에서 가장 널리 사용된 두 가지 주요이론인 합리적 행동이론과 계획적 행동이론을 우선적으로 생각해 볼 수 있다.

합리적 행동이론은 Fishbein & Ajzen(1975)에 의해 제안된 이론으로 사람들의 태도와 행동의 관계를 규명하기 위해 기대가치 이론을 바탕으로 하였다. 행동의 직접적인 결정요인은 행동에 대한 태도가 아닌 행동을 수행하려는 의도이며(Norman & Smith, 1995) 행동에 대한 태도와 주관적 규범에 의해 결정된다(Dodor & Rana, 2009). 계획된 행동이론은 특정한 행동을 수행함에 있어 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제 요인에 따라 소비자 행동의도를 예측하게 된다(Casalo, Flavian & Guinaliu, 2010). 지각된 행동통제는 Bandura(1986)가 주장한 자기효능감과 동일한 개념(Hoffman & Novak, 1996)으로 행동수행에 필요한 필수요인이나 방해요소에 대한 예측력과 과거경험을 포함하고 있다(Ajzen, 1991). 자기효능감이란 어떤 결과를 산출하기 위해 요구되는 행동을 개인이 성공적으로 수행할 수 있다는 신념을 말한다(Bandura, 1982).

계획적 행동이론은 여러 학자들을 통해 이론의 타당성을 인정받았으나 행동의도에 영향을 미칠 수 있는 새로운 요인들의 고려가 필요하다는 주장이 나타났다(Conner & Armitage, 1998). 계획적 행동이론의 구성개념이 행동을 예측하는데 있어 설명력이 크지 않다는 문제점이 지적되었다. Armitage & Conner(2001)에 의하면 계획적 행동이론의 핵심 세 변인 중 주관적 규범의 설명력이 가장 낮은 것으로 나타났다. 이를 보완할 수 있는 사회 심리적 설명 변수의 탐색이 필요하다는 주장이 제기되어 왔다(Johnston & White, 2003; Terry, et al., 1999). 이에 Perugini & Bagozzi(2001)은 인간의 합리적인 의사결정과정을 설명하기 위한 대표 이론인 합리적 행동이론, 계획적 행동이론의 한계점을 극복한 모형으로 열

망이라는 매개변수를 추가하여 동기를 유발시켜 기존의 계획행동이론을 더 정교하게 만든 이론을 제시하였다(Bagozzi, 1992). 이 모형에서 가장 중요한 요인인 열망은 내재적 동기이며 행동에 대한 강한 감정적인 요소이며, 행동주체에 대해 가지는 강렬한 감정상황으로서 마음의 동기 상태이다(Perugini & Bagozzi, 2004). Perugini & Bagozzi(2001)은 열망이 태도, 주관적 규범, 지각된 행동 통제감보다 행동의도에 더 큰 영향을 미치는 변수임을 입증하였다. 열망의 개념이 투입되면서 목표지향적 행동모델의 설명력이 향상되었다. 인간의 인지적인 측면과 정서적인 측면을 모두 고려한 목표지향적 행동모델은 여러 분야에서 각광을 받고 있으며 활발하게 연구가 이루어지고 있다. 면세점 이용은 목표지향적 행위이기 때문에 태도-행동이론을 그대로 적용할 수 없으며 목표달성과 관련된 동기 유발 요인에 의한 설명이 필요하다.

목표지향적인 행동은 내재적 심리와 외재적 환경에 의해 영향을 받는다(Moscarello et al. 2010). 목표지향적 행동모델에서는 열망 변수 외에 기대감정 변수도 추가되었는데 기대감정변수란 행동을 수행하기에 앞서 불확실한 상황에서의 자신이 인식한 사전적 감정들을 의미한다(Carrus et al., 2008). 이 두 변수가 기존의 계획적 행동이론에서 한계점을 가졌던 인간의 감정적 부분에 대한 설명이 가능해졌다(Song et al., 2012). 그밖에 과거행동 횟수, 과거행동 최신성 변수도 포함되었으나 본 연구에서는 기대감정과 과거행동 횟수, 과거행동 최신성의 변수는 제외시키고 행동을 유발시키는 강한 동기적인 요소인 열망을 중심으로 면세점 이용의도와 영향 관계를 분석하고자 한다. 이는 태도가 기대감정을 바탕으로 형성된 개념으로 간주하였고, 면세점의 특성상 항공여행을 계획한 상태에서만 이용할 수 있고 가격적인 매력이 있기 때문에 출국객들은 이용을 한다. 이러한 점에서 과거행동 횟수와 최신성은 면세점 이용의사결정에 큰 역할을 하지 않는다고 볼 수 있다.

태도는 행동에 대한 전반적인 평가로 행동 직전의 견해와 마음상태이다. 어떤 대상, 사람, 상황에 대한 지속적인 감정으로 긍정과 부정의 평가 측면을 모두 내포하는 신념의 집합이다(Ajzen, 1991). 어떠한 행동에 대해 개인의 태도가 호의적일수록, 그 행위를 수행할 의도 또한 더 높아진다(Moore & Benbasat, 1991). 행동에 대한 마음속에 가지는 것(Eagly & Chaiken, 1993)으로 실제 행동할 수 있는 동기부여가 될

수 있다. 주관적 규범이란 특정행동을 행하려 할 때, 행동주체의 지각된 사회적 압력(Thompson et al., 1994)으로 자신에게 영향을 주는 집단의 의견을 나타내는 것이다. 즉, 내가 중요시 하는 주변 사람들이 내가 특정 행동을 수행하거나 또는 수행하지 않아야 한다고 생각하는 것에 대한 개인의 지각을 의미한다(Fishbein & Ajzen, 1975). 주변사람들의 지지에 따라 행동의도가 높게 나타난다(Ajzen, 1991). 지각된 행동 통제감은 행동이 개인의 통제하에 있다고 여기는 정도이다. Bandura(1977)의 사회학습이론에서의 지각된 자기 효능감과 비슷한 개념으로, 행동 수행에서 쉽거나 어려울 지에 대한 개인의 지각으로 정의된다. 통제지각에 영향을 미치는 내적 요인은 개인적 차이, 정보, 기술, 능력, 의지력, 감정, 충동이 있으며 외적 요인으로는 시간, 기회, 주변인의 영향력이 있다(Ajzen, 1985).

열망은 행동의도에 주요 예측 요인으로 태도, 주관적 규범, 지각된 행동 통제감을 매개하여 행동의도를 더욱 상승시키는 역할을 하고 있고 행동을 유발하는 강한 동기적인 요소를 내포한다(Carrus, Passafaro & Bonnes, 2008; Taylor, 2007; Davis, 1984).

많은 선행 연구들이 열망과 행동의도가 다른 개념임을 이론적으로 그리고 실증적으로 증명하였다(Armitage & Conner, 2001; Bagozzi, 1992; Leone, Perugini & Ercolani, 2004; Malle & Knobe, 2001; Perugini & Bagozzi, 2004). 행동의도는 행동을 예측하기 위한 요인으로 소비자들이 어떤 대상에 대해 태도를 형성한 후 특정한 미래 행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념이다(Boulding et al., 1993). Childers & Rao(1992)의 연구에서는 행동의도를 재구매와 구전의 의미를 모두 포함하였다. 소비자가 재구매를 한다면 그 기업의 입장에서 큰 투자 없이 지속적으로 산출(행동)을 기대할 수 있고, 구전의 경우 대중매체와 같은 일방적 의사전달이 아닌 쌍방향 의사전달로 이루어지므로 소비자들은 행동에 대해 확신을 가지게 된다.

선행연구를 바탕으로 행동의도를 면세점 이용객의 행동의향과 신념으로 정의하며 재이용 가능성과 구전을 포함시켰다.

행동 변수를 제외한 이유는 Ajzen & Madden(1986)의 연구 결과, 행동을 예측하는데 있어 행동의도가 행동에 직접적인 영향 관계가 나타났기 때문이다. 이에 같은 절차를 따르는데 무리가 없다고 판단하였다.

2.2 연구모형

본 연구는 목표지향적 행동모델에서 접근하였고 태도와 주관적 규범, 지각된 행동통제, 열망, 행동의도에 대한 각 변수들 간의 구조적 관계를 모형으로 제시하면 다음 그림 1과 같다.

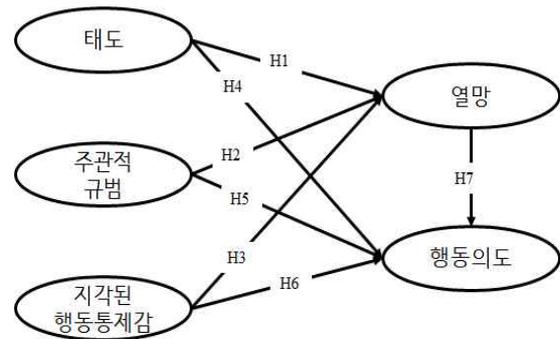


Figure 1. Research Model

2.3 가설설정

본 연구는 앞에서 제시한 실증 연구모형을 토대로 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

Bagozzi & Kimmel(1995)은 열망을 매개변수로 하여 태도가 의도에 영향을 미친다고 하였고 이를 뒷받침 할 수 있는 Fishbein & Stasson(1990)의 연구에서도 열망이 의도에 영향을 미치는 중요 요인으로 밝혀졌다. 태도는 행동의도에 직접적인 영향이 아니라 열망을 통해 간접적인 영향을 미친다(Perugini & Bagozzi, 2001; Bagozzi et al., 2006). 면세점을 이용하는 것이 도움이 된다고 생각하기에 면세점에 대해 긍정적인 태도를 가질 수 있고 이러한 태도는 면세점을 이용하고자 하는 열망을 이끌게 된다. 이는 다시 이용의도를 강화시켜주는 요인으로 작용하게 된다.

H1. 면세점 이용에 대한 태도는 열망에 유의한 영향을 미칠 것이다.

주관적 규범도 태도와 마찬가지로 행동의도에 직접적으로 영향을 미치는 것이 아니라 열망을 통해 행동의도에 간접적인 영향을 미친다(Perugini et al., 2001; Taylor, 2007). Song et al.(2012)는 보령머드축제 방문객의 의사결정을 분석한 결과 태도, 주관적 규범은 열망에 유의한 영향을 미쳤고 열망과 지각된 행동통제감은 행동의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

노정희 & 김승현(2013)은 대학생의 그룹여행 결정과정의 목표지향행동모델을 중심으로 규명하였는데 그 결과 주관적 규범과 열망의 관계만 유의하지 않은 것으로 나타났다.

H2. 면세점 이용에 대한 주관적 규범은 열망에 유의한 영향을 미칠 것이다.

지각된 행동통제감도 목표지향적 행동모델에서 행동의도, 행동, 열망에 영향을 미치는 중요 요인으로 증명되었다(Carrus et al., 2008; Perugini et al., 2001; Taylor, 2007). 김주현(2013)은 마케팅 강좌를 수강하는 대학생들을 대상으로 서비스 실패에 대한 고객의 행동의도를 파악한 결과, 불평에 대한 지각된 행동 통제감이 불평열망에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다.

H3. 면세점 이용에 대한 지각된 행동 통제감은 열망에 유의한 영향을 미칠 것이다.

Taylor & Todd(1995)의 연구에서도 태도, 주관적 규범, 지각된 행동 통제감이 이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 행동의도에 영향을 미치는 태도는 주요 요인이자 기초 요인이다(Wauters, Bielders, Poesen, Govers & Mathijs, 2010).

H4. 면세점 이용에 대한 태도는 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

주관적 규범은 개인의 행동을 예측하는 매우 중요한 요인으로 고려하였다(Taylor & Todd, 1995; Venkatesh & Davis, 2000). 주관적 규범이란 사회적 규범으로 어떤 행동을 수행할 것인가에 대해 행위자가 중요하게 생각하는 사람들이 호의적인 태도를 보인다면 행위자는 행동을 할 가능성이 증가하고, 반대로 부정적인 태도를 보이면 행동을 하지 않을 가능성이 증가할 것이다(Fishbein & Ajzen, 1980).

H5. 면세점 이용에 대한 주관적 규범은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

지각된 행동 통제감은 열망을 매개로 하여 행동의도에도 영향을 미치며(Carrus et al., 2008) 행동의도를 결정하는 중요 요인 중 하나이다(Zint, 2002). 행동의도를 목표로 설정한 행동에 대해 자신의 통제력을 지각하는 수준에 따라 행동의도

에 영향을 미친다는 것이다. 면세점 이용객들도 면세점을 이용하는 것이 쉽게 느껴진다면 이용의도는 증가할 것이다.

H6. 면세점 이용에 대한 지각된 행동 통제감은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

앞서 태도와 열망의 개념과 관계에 대해 논란이 되고 있다고 하였다. 이와 마찬가지로 열망과 의도도 개념이 명확하지 않아 논란이 되고 있다(Leone, Perugini & Ercolani, 2004). Malle & Knobe(2001)은 사회수용이론을 바탕으로 구분하였는데 행동에 대한 몰입도는 의도가 열망보다 강해 설명력이 높게 나타났다. 행동에 대한 동기를 설명하고자 할 때에는 열망을 이용하는 것이 바람직하고, 행동을 설명함에 있어서는 행동의도를 사용해야 한다고 주장하였다. 열망은 행동의도를 형성하기 위해 필요한 개념으로 태도를 바탕으로 행동을 유발시키는 자극제이며 열망이 형성되지 않으면 목표 달성에 대한 생각이 강하게 형성되지 않는다(Perugini & Bagozzi, 2001). Bagozzi & Kimmel(1992)의 연구에서도 태도보다는 열망으로부터 행동의도에 대한 설명력이 증가하는 것을 밝혀냈다.

H7. 면세점 이용에 대한 열망은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2.4 분석방법

본 연구에서는 면세점 이용객들을 대상으로 평가하고자 한다. 설문지는 선행연구의 검토를 통해 타당성과 신뢰성이 있다고 인정된 측정도구를 이용하여 구성하였다. 일반적으로 태도를 측정할 때는 좋은-나쁜, 중요한-중요하지 않은 등의 의미 분별척도를 사용하는 것이 보통이나(Ajzen, 1991), 본 연구에서는 개인의 생각을 구체적으로 물어봄으로써 태도의 방향성을 명확히 파악하고자 하여 Likert 7점 척도[전혀 그렇지 않다(1)-보통이다(4)-매우 그렇다(7)]로 측정하였다. 태도, 주관적 규범, 지각된 행동 통제감, 열망, 행동의도 각 항목은 Perugini & Bagozzi(2001)의 선행연구를 바탕으로 구성하였다.

본 조사는 2015년 9월 1일부터 9월 15일까지 최근 1년 이내 면세점 이용경험이 있는 출국하는 외래 관광객 중 내국인을 대상으로 실시하였다. 설문지는 총 300부가 배부되었고, 그 중 285부가

회수되었으나 표본 중 최근 1년 이내 면세점을 이용하지 않은 응답자 10부와 설문작성이 불성실하거나 미비된 사항이 현저하게 뚜렷한 11부는 분석에서 제외하였다. 최종분석에 활용된 설문지는 246부이고 가설검정을 위해 AMOS 18.0을 이용하여 구조방정식 모형 분석을 실시하였다.

2.5 실증분석

2.5.1 인구통계학적 분석

면세점 이용객의 성별 분포에 있어 여성이 148명(60.2%)으로 남성 98명(39.8%)보다 더 많은 비율을 차지하고 있다. 연령별로는 30대 105명(42.7%), 20대 92명(37.4%), 40대 33명(13.4%), 50대 12명(4.9%), 20세 미만 4명(1.6%)으로 20-30대가 전체표본의 80%를 차지하는 것으로 나타났다.

면세점 이용객들의 여행실태 및 쇼핑실태 분석 결과, 먼저 여행목적은 관광 및 휴가 198명(80.5%)으로 가장 높은 비율이 나타났다. 저비용항공사의 국제선 운항확대로 항공 여행에 대한 부담감이 낮아져 관광객이 급증한 것으로 보인다. 업무 및 상용 목적은 32명(13.0%), 교육 및 유학은 10명(4.1%), 친지방문과 쇼핑은 각각 4명(1.6%), 2명(0.8%)로 나타났다.

쇼핑시간은 30분~1시간 미만 93명(37.8%), 1시간~1시간 30분 미만 68명(27.6%), 30분 미만 30명(12.2%), 1시간 30분~2시간 미만 27명(11.0%) 순으로 나타났다. 면세점에서 3시간 이상 쇼핑하는 이용객들도 17명(6.9%)인 것을 보면 출국객들이 공항에서 소요하는 시간 중 면세점 이용시간이 많이 차지하는 셈이다. 쇼핑품목은 화장품 및 향수가 133명(54.1%)로 나타나 압도적으로 많았다. 면세품의 쇼핑금액을 살펴본 결과 전반적으로 골고루 분포하였다. 출국 시 면세점 구입한도는 1인당 \$3000이고 입국 시 면세점 구입물품을 포함하여 해외에서 구입하여 가져오는 총액이 1인당 \$600을 초과할 수 없다는 관세법으로 인해 원화 60만원 미만으로 구입하는 비율이 가장 많이 차지하는 것으로 나타났다.

Table 1. Demographic information of sample

구분		빈도(명)	비율(%)
성별	남	98	39.8
	여	148	60.2
연령	20세 미만	4	1.6
	20 ~ 29세	92	37.4

	30 ~ 39세	105	42.7
	40 ~ 49세	33	13.4
	50 ~ 59세	12	4.9
여행목적	관광/휴가	198	80.5
	업무/상용	32	13.0
	친지방문	4	1.6
	교육/유학	10	4.1
	쇼핑	2	0.8
쇼핑시간	30분 미만	30	12.2
	30분~1시간	93	37.8
	1시간 ~ 1시간 30분 미만	68	27.6
	1시간 30분 ~ 2시간 미만	27	11.0
	2~3시간 미만	11	4.5
	3시간 이상	17	6.9
쇼핑품목	화장품/향수	133	54.1
	담배/주류	28	11.4
	패션잡화	55	22.4
	부티크/명품	15	6.1
	전자제품	8	3.3
	식료품	7	2.8
쇼핑금액	10만원미만	48	19.5
	11 ~ 20만원	68	27.6
	21 ~ 40만원	78	31.7
	41 ~ 60만원	25	10.2
	61만원이상	27	11.0
이용경로	시내면세점	18	7.3
	공항면세점	151	61.4
	기내면세점	2	.8
	인터넷면세점	75	30.5
주로 이용 면세점	롯데면세점	145	58.9
	신라면세점	79	32.1
	동화면세점	5	2.0
	기타(한국관광공사/해외면세점)	17	6.9
총 응답자 수		246	100%

2.5.2 확인적 요인분석

연구가설을 검증하기에 앞서 측정모형의 타당성을 검증하고자 확인적 요인분석을 통해 확인하였다.

주관적 규범과 행동의도 요인에서 각각 1개의 측정항목이 SMC(Squared Multiple Correlations) 값 0.4 미만, 표준화 회귀계수 값 0.5 이하로 나타나 제거하였다. 그 결과, 각 측정변수들의 표준화 회귀계수 값이 0.7 이상으로 나타나 집중타당

도를 확보하였다.

4개 이상의 관측변인을 사용한 태도, 지각된 행동 통제감, 열망에 대해서는 적합도가 산출되었으나, 3개의 관측변인을 사용한 주관적 규범, 행동의도 변수에 대한 적합도는 산출되지 않았다. 태도에 대한 확인적 요인분석 결과 $\chi^2=4.602$, $df=1$, $GFI=0.991$, $CFI=0.996$, $RMR=0.011$ 로 나타나 대체적으로 양호한 적합도를 보였다. 지각된 행동통제 역시 결과 $\chi^2=3.675$, $df=2$, $GFI=0.993$, $RMSEA=0.058$, $CFI=0.996$, 열망에서는 결과 $\chi^2=4.511$, $df=1$, $GFI=0.991$, $RMR=0.010$, $CFI=0.097$ 로 나타나 수용할만한 적합지수로 나타났다. 또한 모든 변수에 대한 요인적재량은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 요인적재량에 대한 결과는 표 2와 같다.

측정모형 분석은 확인적 요인분석 다음에 수행하는 것으로 모든 요인들을 결합하여 모형의 적합도를 검정하는 것이다. 본 연구의 전체 모형 적합도는 $\chi^2=392.285$, $df=123$, $CMIN/DF=3.197$, $p=0.000$, $GFI=0.839$, $NFI=0.919$, $IFI=0.929$, $CFI=0.943$, $RMR=0.084$, $RMSEA=0.095$ 로 나타났다. GFI가 수용수준에 적합하지 않았으나 나머지 지수들이 수용수준에 적합하여 전체적으로 만족할만하다.

Table 2. Confirmatory factor analysis

요인	측정 변수	SMC	회귀계수 (C.R.)	표준화 회귀계수	α
태도	A1	0.72	0.876(23.306)	0.849	0.937
	A2	0.799	1.000(Fix)	0.894	
	A3	0.769	0.966(19.846)	0.877	
	A4	0.829	1.101(21.491)	0.911	
주관적 규범	SN2	0.822	0.97(26.85)	0.907	0.945
	SN3	0.929	1.000(Fix)	0.964	
	SN4	0.819	0.901(26.671)	0.905	
	SN4	0.819	0.901(26.671)	0.905	
지각된 행동 통제감	PBC1	0.598	0.935(13.834)	0.773	0.863
	PBC2	0.754	1.000(Fix)	0.869	
	PBC3	0.589	1.000(13.686)	0.767	
	PBC4	0.538	0.888(12.866)	0.733	
열망	D1	0.918	1.000(Fix)	0.958	0.922
	D2	0.94	1.004(37.038)	0.969	
	D3	0.599	0.924(17.626)	0.774	
	D4	0.502	0.93(14.769)	0.708	
행동 의도	BI1	0.847	1.056(20.655)	0.92	0.911
	BI2	0.743	1.000(Fix)	0.862	
	BI3	0.732	1.141(17.893)	0.855	
	BI4	0.732	1.141(17.893)	0.855	

주: α = Cronbach' α

개념간의 상관계수가 가장 큰 값은 열망과 행동의도 간으로 나타났으나 모든 구성개념의 분산추출지수와 다중상관지수를 비교한 결과 분산추출지수보다 모두 상관계수제곱(ϕ^2)의 값이 작아 판별타당도를 갖는 것으로 볼 수 있다(Table 3).

Table 3. Discriminant validity analysis

요인	태도	주관적 규범	행동 통제감	열망	행동 의도
태도	0.779^a				
주관적 규범	0.476	0.857			
지각된 행동통제감	0.275	0.426	0.620		
열망	0.645	0.468	0.310	0.739	
행동 의도	0.746	0.507	0.314	0.869	0.773

주: a = AVE

2.5.3 가설검증

본 연구의 가설을 검증하기 위해 구조방정식 모형 분석을 실시하였다. 분석결과, 모형의 적합도 지수는 $\chi^2=393.285$, $df=123$, $p<0.001$, $GFI=0.839$, $AGFI=0.776$, $RMR=0.084$, $CFI=0.943$, $TLI=0.929$, $RMSEA=0.095$ 로 나타나 적합도 수용수준을 만족시켰다. 따라서 본 연구에서 제시된 구조모형이 적합한 것으로 판단할 수 있다. 가설 검증 결과는 다음 그림 2와 같다.

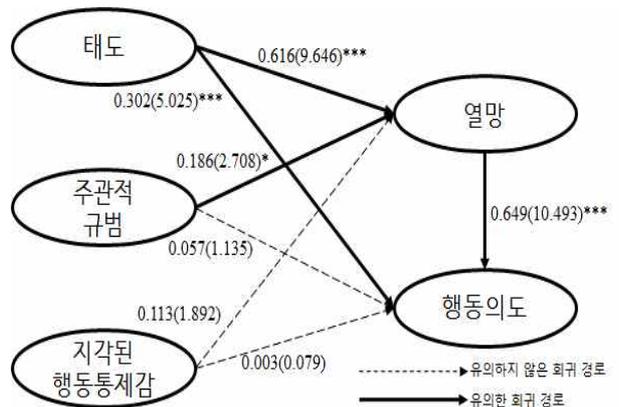


Figure 2. Result of research hypotheses testing

매개변수인 열망에 유의한 영향을 미치는 요인은 태도, 주관적 규범으로 나타났다. 태도가 열망에 미치는 영향은 $\beta=0.616$, $C.R.=9.646(p<0.001)$ 로 나타났고 주관적 규범이 열망에 미치는 영향은 $\beta=0.186$, $C.R.=2.708(p<0.05)$ 로, 인지적 요소와 열망과의 영향 관계에서는 태도가 가장 큰 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 대한 설명력은 68.5%로 나타났다. 지각된 행동 통제감이 열망과 행동의도에 영향을 미칠 것이라는 가설 3과 가설 6은 $\beta=0.113$, $C.R.=1.892(p<0.05)$, $\beta=0.003$, $C.R.=0.079(p<0.05)$ 를 나타내어 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 태도와 행동의도 간의 경'로계수는 $\beta=0.302$, $C.R.=5.025(p<0.001)$ 로 나타나 통계적으로 유의하게 나타났다. 이는 '태도가 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다'라는 연구가설을 지지하는 것으로 가설 4를 지지하였다. 기존 계획적 행동이론을 비롯해 목표지향적 행동모델에서 검증된 것과 일치한다고 볼 수 있다. 주관적 규범이 행동의도에 영향을 미칠 것이라는 가설 5는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다($\beta=0.057$, $C.R.=1.135$, $p<0.05$). 마지막으로 본 연구의 핵심변수인 열망이 행동의도에 영향을 미칠 것이라는 가설 7은 $\beta=0.649$, $C.R.=10.493(p<0.001)$ 유의한 통계치를 나타냈다. 원인변인들이 행동의도를 약 90.8%정도 설명하는 것으로 나타났다. 따라서 H1, H2, H4, H7은 지지되었고, 가설 H3, H5, H6은 지지되지 않았다.

III. 결 론

목표지향적 행동모델의 여러 요인들을 고찰한 후 면세점 행동의도에 가장 많은 영향력을 미칠 것으로 예상되는 요인들을 밝혀보고자 하였다. 그 결과, 면세점 이용객들의 태도를 측정하고 분석함에 있어 활용 가능한 적합한 모형으로 검증되었다. 따라서 본 연구모형은 면세점 이용객들의 행동을 예측하는데 충분한 설득력이 있다고 판단된다. 결과에 대한 요약은 다음과 같다.

첫째, 감정적 요소인 열망에 유의한 영향을 미치는 요인은 태도와 주관적 규범으로 나타났다. 면세점에 대해 긍정적으로 생각할수록 이용하고자 하는 열망은 증가한다. 또한 자신의 주변인들이 면세점을 이용하는 것에 대해 긍정적으로 전달할 경우 열망은 증가한다. 반면 지각된 행동 통제감은 열망에 유의하지 않은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 면세점은 누구나 이용하는 것

이 아닌 항공교통수단을 이용하려는 자에 한해서만 이용할 수 있다. 따라서 자신의 의지, 시간, 경제력을 갖추었다고 해서 이용할 수 있는 공간이 아니므로 지각된 행동 통제감과 열망과의 관계는 유의하지 않는 것이다.

둘째, 실제 행동의 선행 변수인 행동의도에 영향을 미치는 요인은 태도와 열망으로 나타났다. 태도는 열망을 이끄는 동기가 아닌 행동의도를 이끄는 동기 역할을 했다는 점에서 태도의 영향력에 주목할 필요가 있다. 면세점에 대해 긍정적인 태도를 가지면 향후 면세점을 이용하려는 의향과 노력을 가지며, 주변사람들에게 추천한다는 것이다. 또한, 면세점 이용객들의 이용행동을 명확히 이해하고 향후 실제행동의 강력한 예측자인 행동의도에 영향을 미치는 요인은 열망인 것으로 파악하였다. 이 열망이 행동의도에 매우 큰 영향력을 미치는 것으로 나타나 선행연구(Han & Ryu, 2012; Perugini & Bagozzi, 2001; Song et al., 2012)의 결과와 일치하였다. 즉, 면세점을 이용하고자 하는 열망이 높을수록 실제 행동의도가 높아진다. 따라서 면세점 이용객들의 열망을 강하게 형성하기 위해 마케팅 전략이 필요하다. 주관적 규범, 지각된 행동 통제감과 행동의도간에는 유의한 영향관계가 성립되지 않았다. 면세점 이용객들의 주변 사람들이 면세점에 대해 찬성하고 지지하여도 면세점 이용을 결정하는데 있어서는 무의미한 역할인 것이다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 지니고 있다.

첫째, 본 연구에서는 공항을 통해 출국하는 외래 관광객 중 내국인을 대상으로 조사하였다. 표본의 대표성이 떨어짐에도 불구하고 시간과 비용 등에 제약되어 연구범위가 축소되었다. 향후 외국인까지 확대하여 표본을 일반화 시킬 필요성이 있다. 둘째, 행동예측을 하는데 있어 다양한 변인들을 적용해야 한다. 특히 개인 소비성향 변수를 고려하여 추가하면 목표지향적 행동모델을 확장 시키는데 큰 도움이 될 것이라고 예상한다.

참고문헌

- [1] 노정희 & 김승현, "대학생의 그룹여행 결정 과정에 관한 연구." 관광연구, 27(6), 2013 319-339.
- [2] Ajzen, Icek, and Martin Fishbein., "Understanding attitudes and predicting social behaviour." 1980.

- [3] Ajzen, Icek., "From intentions to actions: A theory of planned behavior." Springer Berlin Heidelberg, 1985.
- [4] Ajzen, Icek, and Thomas J. Madden., "Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control." *Journal of experimental social psychology*, 22(5) 1986, 453-474.
- [5] Ajzen, Icek., "The theory of planned behavior." *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 1991, 179-211.
- [6] Armitage, Christopher J., and Mark Conner., "Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta analytic review." *British journal of social psychology*, 40(4), 2001, 471-499.
- [7] Bagozzi, Richard P., "The self-regulation of attitudes, intentions, and behavior." *Social psychology quarterly*, 1992, 178-204.
- [8] Bagozzi, Richard P., and Susan K. Kimmel., "A comparison of leading theories for the prediction of goal directed behaviours." *British Journal of Social Psychology*, 34(4) 1995, 437-461.
- [9] Bagozzi, Richard P., and Utpal M. Dholakia., "Antecedents and purchase consequences of customer participation in small group brand communities." *International Journal of Research in Marketing*, 23(1), 2006, 45-61.
- [10] Bandura, Albert., "Self-efficacy mechanism in human agency." *American psychologist*, 37(2), 1982, 122.
- [11] Bandura, Albert., "Social foundations of thought and action: A social cognitive theory." Prentice-Hall, Inc, 1986.
- [12] Bandura, Albert., "Self-efficacy: The exercise of control." Macmillan, 1997.
- [13] Boulding, William, et al., "A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions." *Journal of marketing research*, 1993.
- [14] Carrus, Giuseppe, Paola Passafaro, and Mirilia Bonnes., "Emotions, habits and rational choices in ecological behaviours: The case of recycling and use of public transportation." *Journal of Environmental Psychology*, 28(1) 2008, 51-62.
- [15] Casaló, Luis V., Carlos Flavián, and Miguel Guinalú., "Determinants of the intention to participate in firm-hosted online travel communities and effects on consumer behavioral intentions." *Tourism Management*, 31(6), 2010, 898-911.
- [16] Childers, Terry L., and Akshay R. Rao., "The influence of familial and peer-based reference groups on consumer decisions." *Journal of consumer research*, 1992, 198-211.
- [17] Conner, Mark, and Christopher J. Armitage., "Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research." *Journal of applied social psychology*, 28, 1998, 1429-1464.
- [18] Davis, Wayne A., "The two senses of desire." *Philosophical Studies*, 45(2), 1984, 181-195.
- [19] Dodor, Jean Baptiste K., and Dharam S. Rana., "Investigating Business Schools' Intentions About Offering E-Commerce Education Using an Extended Theory of Planned Behavior*." *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 7(1), 2009, 195-220.
- [20] Eagly, Alice H., and Shelly Chaiken., "The psychology of attitudes." Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, 1993.
- [21] Fishbein, Martin, and Icek Ajzen., "Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research." 1975.
- [22] Fishbein, Martin, and Mark Stasson., "The Role of Desires, Self Predictions, and Perceived Control in the Prediction of Training Session Attendance1." *Journal of Applied Social Psychology*, 20(3), 1990, 173-198.
- [23] Han, Heesup, and Kisang Ryu., "The theory of repurchase decision-making (TRD): Identifying the critical factors in the post-purchase decision-making process." *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 2012, 786-797.
- [24] Hoffman, Donna L., and Thomas P. Novak., "Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations." *The Journal of*

- Marketing, 1996, 50-68.
- [25] Johnston, Kim L., and Katherine M. White., "Binge-drinking: A test of the role of group norms in the theory of planned behaviour." *Psychology and Health*, 18(1), 2003, 63-77.
- [26] Leone, Luigi, Marco Perugini, and Anna Paola Ercolani., "Studying, practicing, and mastering: A test of the Model of Goal Directed Behavior (MGB) in the software learning domain." *Journal of Applied Social Psychology*, 34(9), 2004, 1945-1973.
- [27] Malle, Bertram F., and Joshua Knobe., "The distinction between desire and intention: A folk-conceptual analysis." *Intentions and intentionality: Foundations of social cognition*, 2001, 45-67.
- [28] Moore, Gary C., and Izak Benbasat., "Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation." *Information systems research*, 2(3), 1991, 192-222.
- [29] Moscarello, Justin M., Osnat Ben-Shahar, and Aaron Ettenberg., "External incentives and internal states guide goal-directed behavior via the differential recruitment of the nucleus accumbens and the medial prefrontal cortex." *Neuroscience*, 170(2), 2010, 468-477.
- [30] Norman, Paul, and Lawrence Smith., "The theory of planned behaviour and exercise: An investigation into the role of prior behaviour, behavioural intentions and attitude variability." *European Journal of Social Psychology*, 25(4), 1995, 403-415.
- [31] Perugini, Marco, and Richard P. Bagozzi., "The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour." *The British Journal of Social Psychology*, 40 2001, 79.
- [32] Perugini, Marco, and Richard P. Bagozzi., "The distinction between desires and intentions." *European Journal of Social Psychology*, 34(1), 2004, 69-84.
- [33] Song, Hak Jun, et al., "The effect of environmentally friendly perceptions on festival visitors' decision-making process using an extended model of goal-directed behavior." *Tourism Management*, 33(6), 2012, 1417-1428.
- [34] Taylor, Shirley, and Peter A. Todd., "Understanding information technology usage: A test of competing models." *Information systems research*, 6(2), 1995, 144-176.
- [35] Taylor, Steven A., "The addition of anticipated regret to attitudinally based, goal directed models of information search behaviours under conditions of uncertainty and risk." *British Journal of Social Psychology*, 46(4), 2007, 739-768.
- [36] Terry, Deborah J., Michael A. Hogg, and Katherine M. White., "The theory of planned behaviour: Self-identity, social identity and group norms." *The British Journal of Social Psychology*, 38, 1999, 225.
- [37] Thompson, Keith E., Nikolaos Haziris, and Panagiotis J. Alekos., "Attitudes and food choice behaviour." *British Food Journal*, 96(11) 1994, 9-13.
- [38] Venkatesh, Viswanath, and Fred D. Davis., "A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies." *Management science*, 46(2), 2000, 186-204.
- [39] Wauters, Erwin, et al., "Adoption of soil conservation practices in Belgium: an examination of the theory of planned behaviour in the agri-environmental domain." *Land use policy*, 27(1), 2010, 86-94.
- [40] Zint, Michaela., "Comparing three attitude-behavior theories for predicting science teachers' intentions." 2002.