

합리적 행위이론과 계획된 행동이론에 의한 온라인 구매행동 이해*

김명소 · 한영석

호서대학교 산업심리전공 · 성균관대학교 심리학과

본 연구에서는 인터넷의 급성장으로 활성화되고 있는 온라인 상에서의 구매행동을 체계적으로 연구하기 위해서 사용자의 태도와 주관적 규범으로 사용의도와 행동을 설명하고 있는 Fishbein과 Ajzen(1975, 1980)의 합리적 행위이론(Theory of Reasoned Action:TRA)과 여기에 행동통제감 변인을 추가한 Ajzen(1985, 1988, 1991)의 계획된 행동이론(Theory of Planned Behavior:TPB) 모형을 온라인 쇼핑 환경에서 검증해 보고, 이에 대한 교차타당화를 실시하였다. 구체적으로 421명의 인터넷 사용자들을 대상으로 온라인 조사를 실시하고 위계적 회귀분석을 이용하여 구매행동의도와 행동을 설명하는 변인들의 상대적 중요성을 검토하였고, 그 다음으로 LISREL을 이용한 공변량 구조분석을 실시하여 각 이론의 모형을 비교·분석하였다. 그 결과 합리적 행위이론과 계획된 행동이론에서 제시된 태도, 주관적 규범, 및 행동통제감 요인 모두가 구매의도와 행동을 설명하는 유의한 변인으로 나타났다. 공변량구조분석 결과 도출된 전반적 합치도 지수들로 보아, 기초모형 연구와 교차타당화 연구 모두에서, 합리적 행위이론과 계획된 행동이론 모형은 온라인 상거래 환경에서 타당한 것으로 나타났다. 또한 두 모형의 합치도 지수들을 비교했을 때 별 차이가 없는 것으로 나타났는데, 이는 본 연구의 대상자들이 온라인 상거래에 익숙해있는 인터넷 사용자들이라는 특성 때문에 인터넷 사용행동에 대한 통제감이 모형 안에서 큰 영향을 미치지 못하는 것으로 해석되었다. 끝으로, 본 연구의 이론적 및 실제적 시사점을 제안하였으며 연구의 제한점과 추후 연구 과제들을 함께 논의하였다.

주제어: 온라인 구매행동, 계획된 행동이론, 합리적 행위이론

정보통신기술의 눈부신 발달로 인터넷의 보급이 급속도로 확산되면서 모든 산업 분야에서 인터넷을 통한 상거래의 중요성이 갈수록 증대되고 있다. 인터넷을 소매유통 채널로 활용하는 기업과 소비자간 온라인 소매시장(B to C) 역시 빠른 속도로 성장하고 있다. 통계청 자료(2001)에 의하면, 온라인 소매시장이 매년 48%씩 성장하고 있고 시장규모가 지난해 1조 5천억 원에서 2005년에는 11조원에 달할 것으로 전망되어, 기업형 소

매시장 내에서 차지하는 비중이 4.2%에서 17.5%로 확대될 것으로 예측된다.

그러나 이러한 높은 매출 증가세에도 불구하고 취약한 수익구조로 해외 주요 온라인 소매 기업의 도산과 구조조정이 잇따르고 있으며, 국내에서도 중소 온라인 쇼핑몰의 도산이 발생하고 상당수 온라인 기업들의 구조조정 작업이 진행되는 등 상당한 위기에 처해 있는 실정이다. 이에 따라 높은 성장세와 수익구조 악화라는

* 논문에 도움이 될 수 있는 조언을 해주신 익명의 심사위원께 감사드립니다.

역설적인 구도를 가지게 된 원인을 밝히고 문제를 적극적으로 해결하려는 노력이 정부와 기업 모두에서 다각도로 이루어지고 있다. 이러한 노력이 성공적으로 이루어지기 위해서는 기술적인(예: 인증시스템, 지불체계 등) 연구와 병행하여 온라인 소비의 주체자인 개인 소비자의 구매행동(구매와 관련된 경험, 생각, 태도 등)을 이해하고 이들의 구매행동에 영향을 미치는 요인들을 파악하는 데에 초점을 맞춘 소비행동 연구들이 활발하게 수행되어야 한다.

온라인 구매행동 관련 연구

지금까지 온라인 구매행동을 주로 다룬 연구는 국내 외적으로 실태조사를 중심으로 진행되어 왔다(예: 김명소·한영석, 1999; 성영신·이수정·강정석, 1999; IM Research, 1998; GVU, 1998). 이러한 조사를 통해 주로 전자상거래를 이용하는 사람들의 특성을 이해하고, 인구통계학적 특성에 따라 선호제품과 제품 선택 시 고려하는 사항 등을 파악할 수 있어 시장 세분화 및 고객 지향적 마케팅 전략을 수립하는데 큰 도움이 되었다.

그러나 이러한 인구통계학적인 특성에 따른 연구 결과의 한계가 지적되면서 최근 들어 소비자의 주관적, 심리적 경험을 중요시하는 경험론적 혹은 인식론적 관점에 관심이 모아지고 있다. 다시 말해서 이러한 입장의 연구자들은 인터넷 사용자들이 인터넷이나 전자상거래를 이용하면서 경험 혹은 지각하는 여러 생각이나 느낌이 인터넷이나 전자상거래와 관련된 태도, 사용 의도, 만족, 불만족 등을 형성하게 되어 전자상거래를 이용한 구매행동에 영향을 미친다고 가정하고 구체적으로 어떠한 경험 및 지각을 했을 때 인터넷 사용자들이 전자상거래를 이용하도록 유도하는 지를 밝혀왔다(김명소·서화정, 2001).

Novak과 Hoffman(1997)은 Csikszentmihalyi(1977, 1990)의 flow 구성개념을 소비자 행동 모형의 핵심적 요소로 수용하고, 컴퓨터 관련제품과 가전제품 소비자를 대상으로 flow 측정변인 가운데 소비자가 지각하는 인터넷 사용 효능감(기술감)과 인터넷이 제공하는 도전감의 조화가 제품 탐색 및 구매 행동에 영향을 미친다는 것을 밝혔다. 또 김명소(1999a)의 연구에서는 우리나라 인터넷 및 PC통신 사용자들을 대상으로 Novak,

Hoffman과 Yung(1998)의 flow 모형을 검증하고, 최종 종속변인으로 전자상거래 구매의도를 포함시켜 종합적 소비자 향해 모형을 제시하고 검증하였다. 즉, 사이버 공간을 향해하는 과정에서 느끼는 주관적인 최적 경험인 flow를 느낀 인터넷 사용자일수록 전자상거래 경험 유무에 상관없이 전자 상거래 사용의도가 높은 것으로 나타나, 인터넷 사용자들에게 flow 경험 기회를 제공하는 것이 전자상거래 활성화를 위한 중요한 마케팅 전략이 된다는 점을 시사해 주었다.

최근 여러 가지 신기술 분야에서 Davis(1989)에 의한 신기술 수용성 모형(Technology Acceptance Model: TAM)의 활용도가 증가되고 있다. 이 모형은 사용자의 태도와 주관적 규범이 사용의도와 행동에 영향을 미친다는 것을 보여주는 Fishbein과 Ajzen(1975)의 합리적 행위이론(Theory of Reasoned Action: TRA)에 기초를 두고 있다. Davis는 이 모형에서 사용자의 신기술에 대한 수용성을 지각된 유용성(Perceived Usefulness)과 지각된 사용 용이성(Perceived Ease of Use)을 중심으로 시스템 사용행동을 설명하고 있어 또 하나의 경험론적 혹은 인식론적 접근방법으로 볼 수 있다. 구체적으로, 신기술 수용성모형에 의하면 특정 시스템에 대해서 사용자에게 의해 지각된 유용성과 지각된 사용 용이성의 정도가 시스템 사용에 대한 사용자의 태도에 중요한 영향을 미치며 더 나아가서 이 태도는 사용 의도와 시스템 사용에 영향을 준다는 것을 제안하고 있다. 김명소와 서화정(2001)은 Davis의 제안을 전자상거래에 적용하여 신기술 수용성 모형의 검증과 확장을 시도하였다. 그 결과, 인터넷 사용자들에게 전자상거래의 유용성을 경험할 기회를 제공해주고, 전자상거래가 어렵고 까다로운 것이 아닌 사용하기 쉽고 편한 것으로 지각되면 전자상거래 사용이 증가될 가능성이 높아진다는 가설이 지지되어 David 모형의 타당성이 입증된 바 있다.

본 연구에서는 신기술 수용성 모형이 합리적 행위모형에 기초한 모형이라는 점에 착안하여, 합리적 행위모형과 함께 이 모형에 지각된 통제감 요인이 추가된 계획된 행동이론(Theory of Planned Behavior: TPB)을 온라인 구매행동에 적용하고 검증하고자 하므로, 먼저 이들 행동이론에 관해 알아보려고 한다.

합리적 행위이론과 계획된 행동이론

많은 사회심리학 연구들은 태도가 행동을 항상 예언하지는 않는다는 것을 밝혀내었다. 태도-행동 논쟁에 방법론적 문제들이 언급되면서 행동을 좀 더 정확하게 예측하려면 다른 변인들을 함께 고려해야 한다는 주장이 제기되었고, 이 점에서 가장 영향력 있는 이론이 Fishbein과 Ajzen(1975)의 합리적 행위이론이다. 이 이론에서는 태도, 주관적 규범, 행동 의도가 행동을 예언하는데 결합되는 방식을 이론적으로 설명하였으며, 계획된 행동이론으로 수정되기 전까지 태도-행동 연구 분야에서 지배적인 이론이었다고 볼 수 있다(Norman & Smith, 1995).

합리적 행위이론에 따르면, 행동의 직접적인 결정요인은 행동에 대한 개인의 태도가 아니라, 행동을 수행하려는 의도이다(Norman & Smith, 1995). 그림 1과 같이 행동의도는 두 요인에 의해 결정되는데, 첫째는 행동에 대한 개인의 태도로서 이것은 행동에 대해 그 사람이 호의적인 평가를 하고 있는지 비호의적인 평가를 하고 있는지의 정도를 나타낸다. 태도 혹은 행동평가의 호의성 정도는 행동을 수행하는 것이 특정 결과를 일으킨다는 신념(주관적 가능성)에 이 행동결과에 대한 평가(중요성이나 가치)가 곱해져서 결정된다. 두 번째 요인인 주관적 규범은 개인에게 중요한 인물들이 그 행동을 수행하거나 수행하지 말라고 요구하는 사회적 압력에 대한 지각과 동조 동기를 의미하며(한덕용·이민규, 2001), 어떤 행동을 하는데 대해 특정 참조대상으로부터의 압력이나 기대에 대한 개인적 지각인 규범적 신념과 이런 기대에 부응하려는 동기를 곱하여 측정한다(Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975).

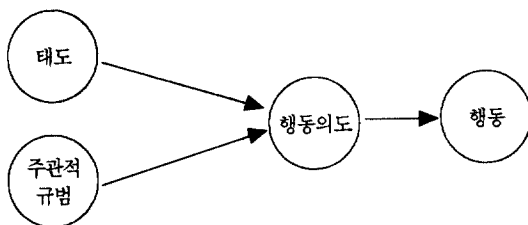


그림 1. 합리적 행위이론 모형

합리적 행위이론은 몇 가지 중요한 측면에서 이전 태도-행동 이론들보다 향상되었다. Hoyer와 MacInnis

(1997)에 의하면, 이 모형은 (1) 어떤 행동에 대해서 보다 구체적인 태도를 가질수록 태도는 행동에 보다 더 관련이 된다는 태도의 현저성(attitude specificity) 원칙을 통합하였다는 점과 (2) 사회환경 안에서 다른 사람들의 규범적 영향의 역할을 반영한 점, 그리고 (3) 행동 그 자체보다는 좀 더 예측하기 쉬운 사용의도 혹은 행동에 대한 개인의 의지를 포함시킨 점과 같은 장점들 때문에 태도-행동의 일관성 연구에 광범위하게 적용되어 왔다. 그러나, 모형이 지나치게 단순하기 때문에 설명력을 높이기 위해서는 다른 변인들이 추가적으로 고려되어야 한다는 지적이 많았다(한규석, 1995).

특히 합리적 행위이론에서 행동의도는 그 행동이 개인의 의지적 통제 하에 있을 때만 실제 행동의 정확한 예측변인이 될 것이다. 만일 행동이 개인의 통제 하에 있지 않다면, 예를 들어, 다른 사람에 의존해야 실행할 수 있거나 행동을 수행할 적절한 기술이 부족하다면, 행동의도와 실제 행동간의 관계 강도는 약해질 것이다. 실제로 많은 행동의 수행이 완전한 의지적 통제하에 있지 않으며, Ajzen(1988)이 주장한대로, 모든 행동의 선택은 어느 정도 불확실성을 지닌다. 이러한 이유로 인해서, Ajzen(1988, 1991)은 행동이 개인의 통제력 하에 있지 않은 상황에 합리적 행위이론을 확장하기 위하여 계획된 행동이론을 제안하였다(그림 2). 다시 말해서 이 모형은 행동이 개인의 통제력 밖의 요인들에 의해 영향 받을 가능성이 있다면, 그 행동이 개인의 의지적 통제력 하에 있는 정도를 고려할 필요가 있다고 주장한다(Terry & O'Leary, 1995).

구체적으로, 계획된 행동이론에서는 태도와 주관적 규범이외에 행동의도에 영향을 미치는 요인으로 지각된 행동통제감이라는 변인을 포함시켰는데, 이 변인은 행동이 개인의 통제하에 있다고 여겨지는 정도를 나타내며, 그림 2와 같이 자신이 그 행동에 통제력이 있다고 지각할 때 행동의도와 실제 행동수행에 영향을 미친다. 사실 Ajzen과 Madden(1986)이 언급한 것처럼, 지각된 행동통제감보다는 실제 행동의 통제가능성을 측정하는 것이 더 바람직하지만, 행동발생을 막는 외부요인들은 예측 불가능한 경우가 많고, 어떤 행동을 하는데 적절한 기술을 지녔는지 여부는 실제로 그 사람이 행동을 수행하려는 시도를 하기 전까지는 불분명할 것이다. 따라서 실제 통

제력의 대리 측정치로 지각된 통제력 변인이 선택되었다.

Ajzen(1991)은 지각된 행동 통제요인을 행동 수행이 얼마나 어렵고 쉬울 것 같은가에 대한 개인의 신념으로서 Bandura의 자기 효능감과 유사하다고 볼 수 있는 개념이라고 기술하였다. 그에 의하면 통제요인은 그 사람에게 내부적인 것(예. 기술, 능력, 의지력, 충동)이나 외부적인 것(예. 시간, 기회, 타인 의존) 모두가 될 수도 있다. 이런 Ajzen의 초기 저술들을 통해서 분명하게 드러난 사항은 Ajzen이 지각된 행동통제와 곤란도 지각을 거의 동의어로 사용하였다는 점과(Sparks, Guthrie, & Shepherd, 1997), 지각된 통제감은 통제 소재 혹은 자기 효능성 등의 구성개념과 매우 유사하다는 점을(Norman & Smith, 1995) 들 수 있다.

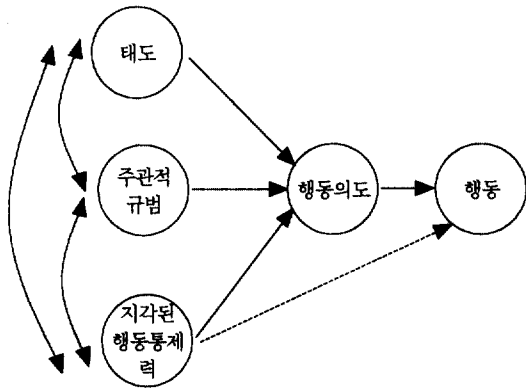


그림 2. 계획된 행동이론 모형

그 동안 계획된 행동이론은 여러 연구자들에 의해 다양한 분야에 적용되어 왔다. 예를 들면, 구직 활동(van Ryn and Vinokur, 1990), 심적 연습(mental practices)(David Trafimow & Andy Miller, 1996), 음주 문제(Schelegel, D'Averna, Zanna, DeCourville and Manske, 1992), 수유행동(Beale and Manstead, 1991), 음주 운전(한덕용 · 이민규, 2001)과 같은 주제를 다룬 많은 연구들에서 지각된 행동통제 변인을 포함시키면 행동이 더 잘 예측된다는 계획된 행동이론의 가설이 지지되었다.

특히 최근에 와서 인터넷을 통한 구매행동을 이해하고 설명하는 데에 계획된 행동이론이 사용되고 있는데, Anol(2000)의 연구에서 이 모형이 인터넷 상거래 수용을 설명하는데 유용하다는 점이 제시되었다. 특히 이

연구에서는 계획된 행동이론의 주관적 규범 요소를 외적인 영향(예. 대중매체)과 대인간 영향(예. 구전)을 둘 다 포함시켜 개념화하여 분석한 결과, 주관적 규범의 외적인 영향이 인터넷 상거래 수용의 중요한 예측요인으로 보고되었다. 행동 통제는 인터넷 상거래 수용에 최소한의 영향만을 미쳤는데, 그 이유로는 이 연구의 대상자들이 이미 인터넷 사용 경험이 많고 온라인 상거래를 경험했으며, 특히 다른 신기술 시스템에 비교해 볼 때 온라인 상거래 사용절차가 일반적으로 쉽게 설계되어있다는 점을 생각해 볼 수 있다.

한편, Anol의 연구에서는 태도와 주관적 규범 변인을 규명하고 측정하는데 있어서 합리적 행위모형과 계획된 행동이론에서 Ajzen이나 Fishbein이 제시한 개념 방법을 사용하지 않고 단순한 태도 측정방법을 사용하고 있기 때문에, 측정방법의 차이가 주는 영향력을 간과할 수 없다. 따라서 이 연구결과는 순수하게 합리적 행위이론이나 계획된 행동이론의 검증을 나타낸다고 하기보다는 이 이론들을 변형하여 적용한 사례라고 볼 수 있다.

또한, Moez, Mohamed, Khalifa 및 Anissa(2000)도 온라인 쇼핑에 영향을 미치는 요인들을 알아보기 위해 합리적 행위모형과 계획된 행동이론의 요인들을 사용하였다. 이 연구 결과, 주관적 규범과 태도가 온라인 구매 의도에 유의한 효과를 나타냈으며, 행동통제와 의도는 온라인 쇼핑 행동에 유의한 영향을 미쳤다. 또한, 이 연구에서는 새로운 변인으로 온라인 쇼핑의 결과에 대한 신념과 개인적 혁신성(personal innovativeness) 요인을 첨가하여 분석한 결과 이 두 변인들이 태도와 의도에 각각 영향을 미치는 것으로 나타났다. 개인적 혁신성은 개인이 혁신을 수용하는 정도와 속도를 나타내는 것으로 성격 특성으로 간주되고 있으며, 온라인 쇼핑이 비혁신자 보다 혁신자에 의해서 더 쉽게 수용되었다.

또한 지각된 결과에 대한 신념은 온라인 쇼핑에서 나타날 수 있는 정적이거나 부적인 잠재적 특성 혹은 결과에 대한 것이고, 구체적으로 저렴한 가격, 안전성의 위험, 비교 쇼핑, 편리한 쇼핑, 프라이버시 침해의 위험, 소비자 서비스 증가, 시간 절약을 측정하는 문항들로 측정되었다. 그런데 이러한 문항들은 합리적 행위이론이나 계획된 행동이론의 태도요인, 즉, 특정 결과를 일으킨다는 신념에 해당되므로, 원래의 이론들의 개념정

의와 측정방법을 따른다면 태도를 측정하는 문항들에 포함되어야 한다. Anol(2000)의 연구에서처럼, 이 연구에서도 태도나 주관적 규범을 측정하는 데에 Ajzen이나 Fishbein이 제시한 곱셈 방법을 사용하지 않았기 때문에, 이 모형에서 지각된 결과, 태도, 개인적 혁신성, 주관적 규범과 행동 통계의 다섯 요인이 행동의도 변량의 53%를 설명하는 양호한 결과가 나타났다고 하더라도 모델의 간결성 원칙에 비춰볼 때 문제의 여지가 있다.

따라서 본 연구는 온라인 구매 행동에 영향을 미치는 요인들을 합리적 행위이론과 계획된 행동이론의 틀에 입각하여 비교·검증하고, 이 이론들에서 온라인 구매 행동에 영향을 미친다고 가정하는 심리적 구성개념들, 즉, 태도, 주관적 규범, 그리고 지각된 통제감이 실제로 온라인 구매 의도나 실제 행동을 어느 정도 설명할 수 있는지 알아보고자 하였다. 특히 위에서 언급한 연구들이 태도와 주관적 규범 변인을 측정하는데 있어서 합리적 행위모형과 계획된 행동이론에서 Ajzen이나 Fishbein이 제시한 곱셈 방법을 사용하지 않고 있는 점에 반해서, 본 연구에서는 이론들이 제시한 변인 도출방법에 충실하여 합리적 행위이론과 계획된 행동이론 모형을 비교·검증해 보고자 한다.

방 법

조사 대상 및 조사 방법

본 연구 조사는 온라인 상에서 실시되었다. 구체적으로 2000년 11월 10일부터 11월 14일 사이에 인터넷 전문 조사기관인 한국패널리서치(www.embrain.com)에 설문을 의뢰하여 한국 패널 리서치의 회원으로 가입되어 있는 네티즌 421명을 조사대상자로 선정하였다. 인터넷 전문 조사기관의 회원들을 표집으로 설정했기 때문에 기존 인터넷 조사에서 문제가 되어왔던 불성실한 응답이나 중복응답, 또는 많은 결측치와 같은 문제점들을 극복할 수 있었다.

본 연구 대상자들을 성별로 살펴보면 남자가 222명(52.7%)이고 여자가 199명(47.3%)를 차지하고 있어 성별 비율이 거의 같았다. 학력별로는 초등학교 졸업 16명(3.8%), 중학교 졸업 22명(5.2%), 고등학교 졸업(17.6%), 대학교 재학중 140명(33.3%), 대학교 졸업

141명(33.5%), 마지막으로 대학원 이상이 28명(6.7%)으로 나타나 대상자 대부분의 학력은 대학교 재학중이거나 대학교 졸업 이상이였다. 가구 월 평균 총수입을 살펴보면 100만원 미만인 74명(17.6%), 100-200만원 미만인 125명(29.7%), 200-300만원 미만인 132명(31.4%), 300-400만원 미만인 55명(13.1%), 400-500만원 미만인 18명(4.3%), 마지막으로 500만원 이상이 17명(4.0%)으로 나타났다.

응답자들을 인터넷 이용 구매 빈도별로 보면 1-2회가 160명(38.0%)으로 가장 많았고, 3-4회가 116명(27.6%), 5-7회가 72명(17.0%), 8-10회가 39명(9.3%), 10-20회가 24명(5.7%), 그리고 20회 이상이 10명(2.4%) 순으로 나타났다. 일주일 평균 인터넷 쇼핑을 방문횟수는 2회가 128명(25.2%)으로 가장 많았고, 1회가 105명(25.2%), 3회가 64명(15.2%), 4회가 28명(6.7%), 일주일 평균 5회 이상 방문한다는 응답자도 87명(20.7%)이나 되었다.

온라인 구매행동에 영향을 미치는 요인들의 측정

온라인 구매에 대한 선행 결정요인들로 선정된 온라인 구매행동에 대한 태도, 주관적 규범, 행동통제감과 준거변인인 사용의도, 구매 행동을 측정하는 문항들을 6점 척도를 사용하여 구성하였다.

온라인 구매행동에 대한 태도: 계획된 행동이론에 따라서 온라인 구매행동에 대한 태도는 온라인 구매 행동에 대한 신념과 호의도를 곱한 값으로 정의되었다. 특히, 태도를 측정하기 위한 신념 문항들을 구성하기 위해 온라인 구매 경험이 있는 10명의 사용자를 대상으로 표적집단면접(FGI)을 실시하였고, 이 결과와 김상용과 박성용(1999)이 요인분석을 통해 도출한 온라인 상거래에서의 혜택(구매)요인들과 위험(비 구매)요인들을 바탕으로 해서 아래와 같이 10개 온라인 상거래 특성, 즉, 20개 문항(각 특성 당 2문항)들을 선정하였고, 이러한 특성들에 대한 호의도를 평정하는 10문항이 추가되었다. 즉 10개 온라인 상거래 특성과 각 특성에 대한 호의도 평정을 곱해서 각각 더한 총합을 10으로 나눈 값을 태도 값으로 사용하였다.

구체적으로 혜택요인에 해당하는 긍정적 문항들을 살펴보면 인터넷에서는 상품간의 가격비교 쇼핑이 용이하

다, 인터넷에서는 상품 및 서비스에 대한 다양한 정보를 얻을 수 있다, 인터넷에서는 상품 및 서비스에 대한 다양한 정보를 얻을 수 있다(정보의 다양성), 인터넷에서 물건을 구입하면 점포를 돌아다니는 번거로움을 덜 수 있다, 인터넷을 이용한 쇼핑은 배달을 해준다는 이점이 있다(쇼핑절차의 편리성), 인터넷에서는 시중보다 더 저렴하게 물건을 구입할 수 있다, 인터넷에서는 상품을 보다 싼 가격으로 구입할 수 있다(할인된 가격), 인터넷에서는 희귀한 상품을 구입할 수 있다, 인터넷에서는 시중에서 구입하기 어려운 상품을 구입할 수 있다(희귀품목 구입 가능성), 인터넷 쇼핑에서는 다양한 경품행사나 할인쿠폰 등과 같은 부가적 혜택이 풍성하다, 인터넷 쇼핑에서는 상품 구입 이외에도 동호회 활동 등으로 즐거움을 얻을 수 있다(부가적 혜택-경품행사, 할인 쿠폰, 동호회)의 10문항으로 구성되어 있다.

또한, 온라인 상거래의 위험요인인 부정적 특성을 대표하는 신념들은, 인터넷을 이용한 쇼핑에서는 대금결제 제 제대로 될지 의심스럽다, 인터넷에서 물건을 구입할 때 신용카드번호나 은행구좌번호를 알려주는 것이 부담이 된다(상품대금 지불관련 개인신상정보 및 보안 유출), 인터넷에서 물건을 구입할 때 제품을 직접 보거나 기능을 시험해 볼 수 없어서 의심이 된다, 인터넷을 이용한 쇼핑에서는 사진이나 광고 내용만으로는 품질을 믿을 수 없다(상품을 직접 보거나 시험해 볼 수 없음), 인터넷을 이용한 쇼핑에서는 반품/교환 및 사후서비스(A/S)를 제대로 받지 못할 것 같다, 인터넷을 이용한 쇼핑에서는 구입한 상품이 마음에 안드는 경우 환불이 곤란하다(반품, 교환, 및 사후서비스의 불확실성), 인터넷을 이용한 쇼핑에서는 주문과는 다른 상품이 배달될지 의심스럽다, 인터넷에서 물건을 구입할 때 상품이 필요한 시점에 배달될지 의심스럽다(배달상의 오류), 인터넷에서 물건을 구입할 때 부담해야 하는 카드 수수료가 너무 높다, 인터넷에서 물건을 구입할 때 배송료가 많은 부담이 된다 (카드 수수료 및 배송료 부담)의 5개 특성, 10개 문항들로 구성된다.

온라인 구매행동에 대한 주관적 규범: 온라인 구매행동에 대한 주관적 규범은 개인에게 중요한 인물들이 온라인 구매 행동을 하는데 영향을 미치는 사회적 압력

과 이에 따르려는 정도를 곱한 값으로 정의되었다. 이 구성개념을 측정하는 문항들은 부모님(혹은 자녀들)은 내가 인터넷 쇼핑을 이용하기를 권한다, 친구들이나 동료들은 내가 인터넷 쇼핑을 이용하기를 권한다, 내 애인(혹은 배우자)은 내가 인터넷 쇼핑을 이용하기를 권한다의 3문항과 부모님, 친구, 애인 또는 배우자의 의견을 따르려는 동기 3문항으로 구성하였다.

온라인 구매행동에 대한 행동통제감: 행동통제감은 인터넷을 사용하는데 위축되지 않고 자신감이 있으며, 인터넷을 능숙하게 다룰 수 있다고 지각하는 수준으로 정의하였다. 이 구성개념을 측정하는 문항들은 나는 인터넷에서 필요한 정보를 찾는데 자신감이 있다, 나는 인터넷에서 내가 원하는 정보를 어떻게 검색해야 할 지 몰라 종종 답답하고 위축된다, 나는 인터넷 사용에 능숙하다, 나는 다른 사람에 비해 인터넷 사용기술이나 능력이 떨어진다고 생각한다는 인터넷 사용에서의 자기 효능감 4문항으로 구성하였다.

온라인 구매행동 의도: 인터넷을 이용하여 물건을 구입하겠다는 의도는 앞으로 물건을 구입할 때 인터넷을 통해 구입할 생각이 있다, 가능하면 인터넷을 통한 구매는 하지 않겠다, 앞으로 물건을 구입할 때 인터넷을 더 자주 이용할 것이다의 3문항으로 구성하였다.

온라인 구매행동: 구매행동은 실제 온라인 쇼핑을 통한 물건 구매 횟수와 온라인 쇼핑 사이트 방문 횟수, 2문항으로 측정하였다.

자료 분석

본 논문에서는 분석을 위해 SAS 8.01과 LISREL 8.12(Joreskog & Sorbom, 1993)를 사용하였다. 먼저, 주성분요인분석을 통해 모형에 나타난 변인들의 일개념성을 확인 하였으며, 위계적 중다회귀분석과 공변량 구조분석을 통해 모형들을 검증하였다. 공변량 구조검증에서 모수 추정방식은 일반 최소자승법(GLS: Generalized Least Square Method)이 사용되었다. 모형의 합치도로는 다변량 정규분포의 위반에 별 영향을 받지 않는 일반부합치(GFI), 조정부합치(AGFI), 비표준부합치(NNFI),

표준부합치(NFI), 원소간 근접오차 (RMSEA)와 비교합치도(CFI)가 함께 사용되었다. 분석자료로는 공변량 행렬을 이용하였다(부록 1 참조). 본 연구에서는 조사에서 얻은 자료를 반복하여 각각 분석함으로써 두 자료에서 일관되는 결과가 나타나는지 알아보고자 교차타당화를 수행하였다.

결 과

구성개념의 일개념성 타당도 분석

합리적 행위이론과 계획된 행동이론에 포함된 구성개념들의 일개념성을 확인해 보기 위해 주성분분석을 실시한 결과 태도를 제외한 모든 변인들에서 아이젠 값이 1보다 큰 요인이 하나씩만 도출되었고, 요인부하량도 .370에서 .875의 범위로 높게 나타나 각 이론변인을 측정하는 측정변인들의 수렴타당도가 높은 것으로 나타났다. 태도변인은 온라인상거래의 긍정적 특성과 부정적 특성들을 2개의 요인들로 나누어져 있었다.

또한 구성개념의 측정변인들에 대한 신뢰도를 α 계수로 산출한 결과 두 집단(연구집단과 교차타당화 집단) 모두에서 .644에서 .850으로 만족스러운 수준이었다. 따라서 본 연구에 사용된 구성개념들 비교적 단일 요인으로 이루어져 있고 신뢰로운 측정치임을 알 수 있다. 각각의 구성개념들에 대한 신뢰도 계수, 평균변별도(수정된 문항-총점상관), 평균, 표준편차를 요약한 결과가 표 1에 제시되었다.

표 1. 각 구성개념에 대한 신뢰도, 평균변별도, 평균 및 표준편차

구성개념	문항수	신뢰도(α)	평균 변별도	평균	표준편차
태도	20	.644	.312	3.82	0.705
주관적규범	3	.752	.584	4.471	1.124
행동통제감	4	.814	.640	4.227	1.193
구매행동의도	3	.850	.721	4.268	1.341
구매횟수	1			2.24	1.32
방문횟수	1			3.62	1.49

구성개념들간 상관관계분석

표 2에서 본 연구에 사용된 모형들의 중요 변인들간

단순상관계수들을 제시하였다. 표에서 알 수 있듯이 구성 개념들간 상관들이 $r=.081$ 에서 .514까지의 범위를 보이고 있으며, 태도-주관적 규범, 행동통제감-주관적 규범을 제외하고 모든 상관들이 유의하였다. 특히 구매행동의도는 선행 변인들과 높은 상관을 보였는데, 특히 행동통제감과 가장 높은 정적 상관($r=.457$)을 보였다. 모형의 준거변인 측정치인 구매횟수와 쇼핑몰 사이트 방문횟수는 모든 선행변인들과 유의한 상관을 나타내고 있으며, 방문횟수보다 구매횟수가 더 높은 관계를 보였다. 특히 구매행동의도는 기대한 바와 같이 구매횟수($r=.514$)와 방문횟수($r=.425$) 모두에서 준거변인과의 상관이 가장 높았다. 이와 같은 합리적 행위 이론과 계획된 행동이론의 준거변인과 예언변인들간의 높은 상관 결과는 모형의 타당성을 부분적으로 지지해주는 결과라고 할 수 있다.

표 2. 구성개념 측정치들간의 상관행렬

	태도	주관적 규범	행동 통제감	구매 행동 의도	구매 횟수	방문 횟수
태도	1.000**					
주관적규범	0.081**	1.000**				
행동통제감	0.257**	0.069**	1.000**			
구매행동의도	0.305**	0.404**	0.457**	1.000**		
구매횟수	0.186**	0.324**	0.242**	0.514**	1.000**	
방문횟수	0.211**	0.163**	0.158*	0.303**	0.425**	1.000

*. $p < .05$, **. $p < .01$

온라인 구매행동의도에 영향을 미치는 예측변인들의 비교

온라인 구매행동의도를 예측하는 선행변인들의 설명력을 비교·검증하기 위해 위계적 회귀분석을 실시한 결과가 표 3에 제시되어 있다. 먼저 합리적 행위이론에서 가정하는 온라인 구매행동에 대한 태도와 주관적 규범이 온라인 구매행동의도를 설명하는 변량은 23.7%, $F(2, 418) = 65.20, p<.000$ 로 나타났으며, 두 예측변인 가운데 주관적 규범($\beta = .381, p<.000$)이 태도($\beta = .273, p<.000$)보다 상대적으로 더 중요한 요인이었다.

그 다음으로, 합리적 행위이론을 확장하여 태도와 주관적 규범에 행동통제감이 추가된 계획된 행동이론에서 세 개 예측변인들이 온라인 구매행동의도를 설명하는

정도를 살펴보았다. 세 변인들이 설명하는 변량이 37.7%, $F(3, 417)=84.13, p<.000$ 로 나타나 새로운 변인인 행동통제감이 추가되었을 때 합리적 행위이론에 비해서 설명력이 14% 증가되었다. 요약하면, 태도, 주관적 규범 및 행동통제감 변인은 그들의 준거변인인 온라인 구매행동의도에 모두 유의한 기여를 하였다. 그 중 상대적 중요도는 행동통제감($\beta = .386, p<.000$)이 다른 두 예측변인에 비해서 높은 것으로 나타났다.

표 3. 온라인 구매 행동의도를 예측하는 선행요인들을 비교하기 위한 위계적 회귀분석

	합리적 행위이론				계획된 행동이론			
	B	β	Sr ²	P	B	β	Sr ²	P
	2.235				3.417			
태도	.421	.273	.093	.000	.271	.175	.093	.001
주관적 규범	.341	.381	.144	.000	.324	.362	.144	.000
	R ² = .237			.000	R ² = .377			.000
	Adj R ² = .234				Adj R ² = .372			

온라인 구매행동에 영향을 미치는 예측변인들의 비교

본 연구에서 인터넷을 통한 구매행동에 대한 측정치로 사용된 실제 구매횟수와 사이트 방문횟수에 영향을 미치는 예측변인들을 비교하기 위해서 위계적 회귀분석을 실시하였다. 구매횟수를 준거변인으로 한 위계적 회귀분석 결과가 표 4에 제시되었고, 방문횟수를 준거변인으로 한 위계적 회귀분석 결과가 표 5에 제시되어 있다.

구매횟수를 준거변인으로 모형 비교: 합리적 행위이론에서는 행동의도가 실제 행동을 결정한다고 제안하였는데, 구매행동의도가 실제 구매횟수의 26.4%, $F(1, 419)=150.89, p<.000$,를 설명하였다. 또한 구매행동의도 이외에 행동통제감을 추가하여 검증한 결과, 동일하게 26.4%, $F(2, 418)=75.29, p<.000$ 의 설명력이 도출되었다. 즉, 행동통제감이 구매횟수를 설명하는데 기여하는 추가변량은 없었다.

표 4. 온라인 구매 행동(구매횟수)을 결정하는 선행요인들을 비교하기 위한 위계적 회귀분석

	합리적 행위이론				계획된 행동이론			
	B	β	Sr ²	P	B	β	Sr ²	P
	-0.954				-0.985			
구매행동의도	.654	.514	.264	.000	.646	.510	.264	.000
	R ² = .264			.000	R ² = .264			.000
	Adj R ² = .263				Adj R ² = .261			

방문횟수를 준거변인으로 모형 비교: 준거변인을 방문횟수로 측정했을 때 구매행동의도의 설명량은 9.1%, $F(1, 419)=42.45, p<.000$,로 나타났다. 구매행동의도 이외에 행동통제감을 추가하여 검증한 결과, 두 변인이 함께 9.2%, $F(2, 418)=21.28, p<.000$ 를 설명하였다. 따라서 행동통제감은 구매횟수를 준거로 했을 때와 마찬가지로 방문횟수를 설명하는데 기여하는 변량을 보이지 못했다.

이와 같은 행동통제감이 구매횟수와 방문횟수에 영향을 미치지 않을 결과는 Anol(2000)의 연구와 일치한다고 볼 수 있다. Anol은 그 이유로 연구의 대상자들이 특성을 언급했다. 즉 이미 인터넷 사용 경험이 많고 온

표 5. 온라인 구매 행동(방문횟수)을 결정하는 선행요인들을 비교하기 위한 위계적 회귀분석

	합리적 행위이론				계획된 행동이론 I			
	B	β	Sr ²	P	B	β	Sr ²	P
	1.494				1.399			
구매행동의도	.434	.303	.091	.000	.418	.291	.091	.004
	R ² = .091			.000	R ² = .092			.000
	Adj R ² = .089				Adj R ² = .088			

표 6. 합리적 행위이론과 계획된 행동이론 합치도 지수

		전반적 지수						
행동측정	모형	GFI	AGFI	NFI	NNFI	RMSEA	CFI	
표집 1	구매횟수	합리적 행위이론모형	0.992	0.973	0.975	0.972	0.034	0.966
		계획된 행위이론모형	0.976	0.897	0.933	0.882	0.122	0.941
	방문횟수	합리적 행위이론모형	0.980	0.933	0.920	0.864	0.105	0.932
		계획된 행위이론모형	0.969	0.877	0.912	0.842	0.134	0.921
표집 2	구매횟수	합리적 행위이론모형	0.982	0.941	0.976	0.962	0.097	0.981
		계획된 행위이론모형	0.9767	0.901	0.965	0.939	0.119	0.970
	방문횟수	합리적 행위이론모형	0.988	0.960	0.965	0.950	0.074	0.975
		계획된 행위이론모형	0.975	0.911	0.947	0.909	0.112	0.955

표 7. 합리적 행위이론과 계획된 행동이론 경로계수

		경로 계수							
행동측정	모형	태도→구매 행동의도	주관적규범→ 구매행동의도	행동통제감→ 구매행동의도	구매행동의도 →구매횟수	구매행동의도 →방문횟수	행동통제감 →구매횟수	행동통제감 →방문횟수	
표본 1	구매횟수	합리적 행위 모형	.451*	.337*		.632*			
		계획된 행동 모형	.268*	.333*	.453*	.614*	.002		
	방문횟수	합리적 행위 모형	.505*	.330*			.587*		
		계획된 행동 모형	.315*	.324*	.462		.574*	-0.141	
표본 2	구매횟수	합리적 행위 모형	.474*	.455*		.824*			
		계획된 행동 모형	.329*	.428*	.406*	.721*	.883		
	방문횟수	합리적 행위 모형	.489*	.435*			.408*		
		계획된 행동 모형	.341*	.411*	.406*		.415*	-.059	

라인 상거래를 경험했으므로 인터넷을 통해 구매행동을 할 수 있다는 통제감을 이미 획득한 사람들이므로 통제감이 행동에 영향을 미치지 않는다고 지적한다.

공변량 구조분석결과

합리적 행위이론 모형과 계획된 행동이론을 검증하고

교차타당화를 실시한 결과(표집1과 표집2), 모형의 전반적 합치도 지수는 매우 양호하였다(표 6). 각 모형의 경로 계수는 표7에 제시하였으며, 모든 계수가 모형이 제안하는 방향 안에서 유의미하게 나타났다.

구매횟수를 준거변인으로 모형 비교: 표집 1에서 계획된 행동이론 모형의 AGFI와 NNFI가 좋은 모형의

기준치인 .90에 약간 아래의 합치도를 보이지만 다른 합치도 지수인 GFI, NFI, RMSEA, CFI는 표집 1과 표집 2 모두에서 좋은 모형의 기준치인 .90의 수용기준을 훨씬 넘는 값을 나타내고 있어 전체적으로 타당하다고 볼 수 있다.

방문횟수를 준거변인으로 모형 비교: 표집 1에서 합리적 행위이론 모형의 NNFI(.864)와 계획된 행동이론 모형의 AGFI(.877)와 NNFI(.842)가 좋은 모형의 기준치인 .90에 약간 아래의 합치도를 보이고 있지만, 표집 1의 다른 합치도 지수인 GFI, AGFI, NFI, CFI는 모두 좋은 합치도의 기준을 충족하고 있다. 표집 2에서는 합리적 행위 이론 모형과 계획된 행동 이론 모형에서 모든 합치도 지수가 좋은 모형의 기준치인 .90의 수용기준 이상의 값을 보인다.

논 의

최근 인터넷의 활용도가 증가됨에 따라 국내외적으로 인터넷을 통한 기업과 개인간의 온라인 상거래가 급속히 확산되고 있다. 본 연구에서는 온라인 구매행동의도와 구매행동을 설명하는 요인들을 살펴보기 위해 Fishbein과 Ajzen(1975)이 제안한 합리적 행위이론과 이 이론에서 수정 확대된 Ajzen(1985, 1988, 1991)의 계획된 행동이론을 비교·검증하였다. 온라인 사용자들을 대상으로 수행한 본 연구의 중요한 결과를 요약하면 다음과 같다.

온라인 구매행동의도와 구매행동에 영향을 미치는 선행 요인 분석

먼저 온라인 구매행동의도를 설명하는 변인들을 비교, 검증하기 위해, 각 이론의 행동의도 선행변인들의 설명력을 살펴본 결과, 합리적 행위이론에서 제안한 태도와 주관적 규범의 온라인 구매 행동의도 설명량은 23.7%로 나타났고, 행동통제감(인터넷 자기효능감)이 추가된 계획된 행동이론 모형의 선행변인들의 설명량은 37.7%로 증가되었다. Ajzen(1991, 190쪽)이 16개 연구들에서 얻은 결과들을 분석했을 때, 계획된 행동이론의 선행변인들의 총설명량의 범위는 18%부터 88%이며 중앙치는 42%로 보고하였다. 그러므로 본 연구 결과의

총설명량 37.7%은 중앙치에 근접하는 설명량이라고 볼 수 있다.

또한, 온라인 구매행동을 설명하는 변인들의 상대적 중요성을 모형별로 비교한 결과, 합리적 행위이론에서 온라인 구매행동의도가 구매횟수라는 행동에 미치는 설명량은 26.4%로 나타났다. 또한 계획된 행동이론에서 구매횟수를 예측하기 위해 구매행동의도와 행동통제감을 추가했을 때, 행동통제감(인터넷 자기효능감)은 아무런 설명량 증가를 보이지 않았다. 그 다음으로 온라인 쇼핑몰 사이트 방문횟수로 구매행동을 측정된 결과, 합리적 행위이론에서 온라인 구매행동의도는 온라인 쇼핑몰 사이트 방문횟수를 9.1% 설명하였다. 그러나 계획된 행동이론모형에서 행동통제감(인터넷 자기효능감)은 구매횟수를 측정변인으로 사용했을 때와 마찬가지로 설명량 증가를 거의 보이지 못했다. 이러한 결과들은 행동통제감(인터넷 자기효능감) 변인이 구매행동의도에는 직접적인 영향을 미치지 않지만, 실제 사용행동에는 직접적인 영향을 주지 못하고 구매행동의도를 통해서 간접적으로만 관련되어 있다는 점을 시사해 주고 있다. 이는 표 7에서 나타난 구매행동과 행동통제감 사이의 경로계수 유의성 결과와 일관성 있는 정보를 제공하고 있으며, Ajzen(1988, 1991)이 계획된 행동이론 모형에서 제시한 변인들간의 방향성을 지지하고 있는 결과이다.

행동통제감이 실제 구매와 관련된 행동을 예측하는데 설명량의 증가를 보이지 않는 이유를 몇 가지 측면에서 생각해 볼 수 있다. Ajzen(1985)은 실제 행동통제력의 대응으로 지각된 행동통제력을 사용하였는데, 행동을 수행하는데 필수조건인 기회나 자원과 같은 요인을 포함하는 실제 통제력은 개인이 지각하는 행동통제력과 정확하게 일치하지 않을 수 있다. 예를 들면, 실제 행동통제력에 해당하는 경제력 및 인터넷을 통해 물건을 구입할 수 있는 실제 능력과 이를 할 수 있다는 신념과는 상이한 개념이 될 수 있다.

특히, 본 연구에서 지각된 행동 통제력을 측정하기 위해 사용된 인터넷 자기효능감은 실제 행동을 통제할 수 있는 능력을 반영하는데 제한적일 수 있다. Ajzen(1991)은 지각된 행동 통제요인을 행동 수행이 얼마나 어렵고 쉬울 것 같은가에 대한 개개인의 신념으로 정의하고 있으며, 그에 의하면 통제요인은 그 사람에게 내

부적인 것(예. 기술, 능력, 의지력, 충동)이나 외부적인 것(예. 시간, 기회, 타인 의존) 모두가 될 수도 있는데, 인터넷 자기효능감은 내부적인 측면만을 반영하고 있다.

모형 비교 및 검증

LISREL을 이용한 공변량 구조분석 결과, 전반적인 합치도 지수를 통해 볼 때 합리적 행위이론 모형과 계획된 행동이론 모형에서 거의 모든 합치도 지수가 좋은 모형의 기준치인 .90을 훨씬 넘는 값을 보였다. 뿐만 아니라, 모형안의 경로계수들도 모형이 예측하는 방향 및 유의성과 일치하고 있다. 이와 같은 결과는 교차타당화 연구에서도 일관되게 나타났으며, 이는 합리적 행위 이론 모형과 계획된 행동이론이 온라인에서의 구매행동을 설명하는데 매우 적절한 모형이라는 것을 시사해 준다.

그러나, 많은 연구들에서 지각된 행동통제 변인을 포함시키면 행동이 더 잘 예측된다는 계획된 행동이론의 가설을 지지하고 있는데 비해서, 본 연구결과는 지각된 행동통제감(인터넷 자기효능감)이 포함된 계획된 행동모형이 합리적 행위이론보다 더 양호한 합치도 지수를 보이지 못하고 있다. 이러한 결과는 본 연구의 응답자 특성과 밀접한 관련이 있는 것으로 보여진다. 이들은 이미 인터넷 사용에 익숙해 있고(이들 중 인터넷 사용경험이 만 2년 이상인 사람이 전체의 80%정도임) 또한 인터넷을 통한 물건을 구입한 경험이 모두 있으므로 이들에게 있어서 인터넷 사용기술감과 통제감이 높다는 것 자체는 큰 영향을 미치지 못하는 것으로 해석할 수 있다. 이러한 결과는 신기술 시스템에 관한 경험이 증가할수록 신기술 시스템이 사용하기 쉽거나 혹은 쉽게 사용할 수 있는 기술을 가지고 있다는 효능감 지각이 태도나 사용의도에 미치는 영향이 줄어든다는 Davis (1989), Szajna(1996) 및 김명소와 서화정(2001)의 연구결과와 일치한다.

요약하면, 본 연구에서는 그동안 여러 분야에서 그 타당성이 검증된 합리적 행위모형과 계획된 행동모형을 온라인 상거래에 적용하고, 검증하고 교차타당화 분석을 통해서 모형의 일반화 가능성을 제시하였다. 특히 이전의 연구들과는 달리 모형에서 제시된 방법으로 태도와 주관적 규범을 규정하고, 이에 따라서 이들에 관한 측정을 시도했다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있겠

다. 본 연구에서 검증한 계획된 행동모형에 의하면, 온라인 구매에 대해서 호의적으로 생각하고, 좋은 태도를 가지며, 주위의 중요한 타인이 온라인 구매에 대한 압력을 가하고 이에 따르려 하며, 당사자가 인터넷 사용과 인터넷을 통한 활동에 자신감을 가지고 있으면 인터넷을 통한 구매의도가 높아진다. 또한 인터넷을 통한 구매의도가 높아지면 실제 구매행동 또한 증가한다고 기대할 수 있다. 앞으로도 지속적인 연구를 통해 이러한 요인들 외에도 온라인 구매행동에 영향을 미치는 추가적 요인들을 탐색하고 온라인 소비자 행동을 좀 더 종합적으로 설명할 수 있는 모형개발과 검증 작업이 계속되어야 하겠다.

끝으로 본 연구는 몇 가지 제한점이 있는데, 먼저 본 연구에서 사용한 지각된 행동통제감 변인의 특성과 측정방법을 들 수 있다. Ajzen은 지각된 행동통제와 곤란도 지각을 거의 동의어로 사용하였고(Sparks, Guthrie, & Shepherd, 1997) 지각된 통제감이 통제 소재 혹은 자기 효능성 등의 구성개념과 매우 유사하다고 보았기 때문에(Norman & Smith, 1995), 본 연구에서 지각된 행동 통제력을 측정하기 위해 인터넷 자기효능감을 사용했다. 그러나 Sparks 등(1997)이 지각된 행동 통제감 구성개념을 살펴본 결과 지각된 난이도 문항과 지각된 행동통제감 문항에서 약간의 상이한 반응 패턴이 나타난 것으로 보고되었다. 또한, 앞에서도 언급한 바와 같이 인터넷 자기효능감은 Ajzen(1991)이 제안한 지각된 행동 통제요인 중 내부적인 요인(예. 기술, 능력, 의지력, 충동)에 제한된 내용이므로 개인의 행동을 통제할 수 있는 능력이나 지각을 반영하는데 문제가 있을 수 있다. 그러므로 앞으로의 연구에서는 행동통제감 구성개념에 대한 좀 더 타당한 조작적 정의를 실시하여 인터넷 구매 행동에 계획된 행동 이론 모형과 합리적 행위 이론 모형에 적용해 볼 필요가 있겠다. 예를 들면, 자기 효능감 외에 행동통제감의 외부적인 요인(예. 시간, 기회, 타인 의존)을 포함시켜 측정을 시도하면 보다 더 설명력 있는 온라인 구매행동 모형이 제시될 것이다.

둘째, 본 연구는 온라인 쇼핑에 대한 일반적인 태도와 주관적 규범을 중심으로 측정하고 논의했지만, 일반적인 온라인 쇼핑사이트에서 구매할 수 있는 상품이나 사이트의 종류에 따라서 합리적 행위모형이나 계획된

행동모형의 태도를 측정하는 호의도 평가나 주관적 기준에 대한 수용성 정도가 달라질 수 있기 때문에 쇼핑 사이트 별로 모형을 검증하는 연구도 병행될 필요가 있다. 다시 말해서 본 연구대상자들이 가지고 있는 온라인 상거래에 대한 태도는 온라인 상거래 전체에 대한 태도 일수도 있지만, 이들이 주로 방문하는 특정 쇼핑 사이트와 관련되어 형성된 태도일 수도 있다.

셋째로 본 연구에서 사용한 응답자는 모두 인터넷 사용자이며, 인터넷을 통한 구매 경험이 있는 사람들이다. 온라인 구매 경험자들을 대상으로 모형을 검증한 결과는 모형의 최종 준거변인인 구매행동을 측정하는데 타당한 표집이라고 할 수 있다. 즉 구매행동의 간접경험이 아닌 직접경험이 반영된 결과라는 점에서 그 의의가 있다. 그러나 본 연구결과뿐 아니라 Anol(2000), Davis(1989), 및 Szajna(1996)의 연구에서도 시사된 바와 같이 시스템 사용에 있어서의 행동통제감이나 지각된 용이성을 첨가한 모형이 좀 더 나은 모형이 되지 못한 점을 생각해 볼 때, 온라인 구매행동에 관한 연구 대상자들을 잠재적 소비자인 미경험자까지 확장하여 추후 연구할 필요가 있다. 온라인 상거래를 경험해보지 못한 소비자들이나 인터넷 사용경험이 적은 사람들을 대상으로 행동 통제감 변인이 포함된 계획된 행동이론 모형을 적용해 보면, 계획된 행동모형이 합리적 행위모형보다 더 양호한 합치도 지수를 보일 것으로 기대할 수 있는데, 이에 관한 연구가 온라인 조사와 오프라인 조사를 병행하여 추후에 실시되어야 하겠다.

마지막으로 본 연구에서 사용한 준거변인에 대한 측정을 구매횟수와 사이트 방문횟수로 제한했는데, 앞으로는 좀 더 다양한 준거 측정방법을 포함시켜 모형을 검증해 볼 필요가 있다. 예를 들면, Szajna(1996)의 주장처럼 실제 사용행동 측정치로 주관적인 보고보다 객관적인 컴퓨터 기록들을 사용할 수도 있다. 후속연구에서 준거변인에 대한 측정문항 수를 늘리면 모형의 전반적 합치도 지수가 향상될 것이며 모형의 설명력 또한 증가할 것이다.

참 고 문 헌

김명소(1999a). 인터넷 사용시의 flow 경험과 전자상거

래를 통한 구매의도와 의 관계모형 개발. 한국심리학회지: 산업 및 조직, 12(1), 197-225.

김명소(1999b). 인터넷 항해과정의 flow모형 및 flow-구매의도 모형에서의 성차 연구. 한국심리학회지: 여성, 4(1), 27-40.

김명소·서화정 (2001). 전자상거래에서의 신기술 수용성 모형 검증 및 확장. 한국심리학회지: 산업 및 조직, 14(1), 77-100.

김명소, 한영석 (1999). 전자상거래 활성화를 위한 시장 세분화 연구: 소비자의 심리적 변인을 중심으로. 호서대 사회과학연구, 19, 553-573.

김상용, 박성용 (1999). 전자상거래에서 구매의도 결정 영향요인에 관한 연구. 소비자학 연구, 10(3), 147-156.

성영신, 이성수, 강정석(1999). 쇼핑 오피엔테이션과 컴퓨터 친숙도에 의한 i-소비자 세분화. 한국광고학회. 연차학술대회발표.

통계청 2001. 전자상거래통계조사 결과[<http://www.nso.go.kr/report/data/suec0109-1.htm>]

한국광고단체 연합회 & IM Research (1998, 1999, 2000). 2000 Spring KNP 세미나 조사 보고서.

한규석(1995). 사회심리학의 이해. 서울: 학지사.

한덕웅·이민규(2001). 계획된 행동이론에 의한 음주운전 행동의 설명. 한국심리학회지: 사회 및 성격, 15(2), 141-158.

한국소비자보호원(2001). 추석기간 중 인터넷쇼핑몰 이용실태 및 소비자피해 예방대책. [<http://www.cpb.or.kr/>]

Ajzen, I.(1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J.Kuhl & J. Beckmann(Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp.11-39). New York: Springer-Verlag.

Ajzen, I.(1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Chicago: Dorsey.

Ajzen, I.(1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Ajzen, F., & Madden, T.(1986). *Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and per-*

- ceived behavior control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-474.
- Ajzen, I., & Fishbein, M.(1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, N. J.
- Anol, B.(2000). Acceptance of e-commerce services: The case of electronic broderages, *Transactions on Systems. Man and Cybernetics*, 30(4), 411-420.
- Beale, D. A., & Manstead, A. S. R.(1991). Predicting mothers' intentions to limit frequency of infants' sugar intake: Testing the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 21, 409-431
- Csikszentmihalyi, M. (1977). *Beyond boredom and anxiety*, 2nd ed. San Francisco; Jossey-Bass
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*, NY: Harper and R
- Davis, F. D (1989). Perceived Usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R.(1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Fishbein, M., & Ajzen, I.(1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley, Reading, Mass.
- Hoyer, D. & MacInnis, J. (1997). *Consumer Behavior*. New York: Houghyoa Mifflin Co.
- Joreskog, K. G. & Sorbom, D.(1993). *New Features in LISRES 8*. Scientific Software International, Inc.
- Moez, L., Mohamed, K & Anissa, F.(2000). What makes consumers buy from internet?: A longitudinal study of online shopping. *Transactions on Systems. Man and Cybernetics*, 30(4), 421-432.
- Norman, P., & Smith, L.(1996). The theory of planned behaviour and exercise: an investigation into the role of prior behavior, behavioural intentions and attitude variability. *European Journal of Social Psychology*, 25, 403-415.
- Novak, T. P. & Hoffman, D. L.(1997). Measuring the flow experience among web users. working paper. Vanderbilt University. [<http://www2000.ogsm.vanderbilt.deu/novak/flow.july.1997/flow.htm>]
- Novak, T. P. & Hoffman, D. L.(1997)., & Yung, Y. F.(1988). Measuring the flow construct in on-line enviroment: A structural modeling approach. Vna - derbit university [<http://www2000.ogsm.vanderbilt.deu/paper>]
- Paul, S., & Carol, A. G.(1998). Self-identity and the theory of planned behavior: A useful addition or an unhelpful artifice? *Journal of Personality and Social Psychology*, 28, 1393-1410.
- Schiter, D. E. & Ajzen, I.(1985). Intention, perceived control and weight loss: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Person - ality and Social Psychology*, 49, 843-851.
- Schlegel, R. P., d'Averna, J. R., Zanna, M. P., DeCourville, N. H. and Manske, S. R.(1992). Problem drinking: A problem for the theory of reasoned action?. *Journal of Applied Social Psychology*, 22, 358-385.
- Sparks, P., Guthrie, C. A., & Shepherd, R.(1997). The dimensional structure of the peceived behavioural control construct. *Journal of Social Psychology*, 25, 418-435.
- Szajna, B. (1996). Empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Management Science*, 42(1), 85-92.
- Terry, D. J., & O'Leary, J. E.(1995). The theory of planned behavior: The effects of perceived behavioural control and self-efficacy. *British Journal of psychology*, 35,199-220.
- van Ryn, M., & Vinokur, A. D.(1990). The role of experimentally manipulated self-efficacy in determining job search behavior among the unemployed. *Unpublished manuscript. Institute for*

Social Research. University of Michigan at Ann Arbor. 199-220.

van Ryn, M., & Vinokur, A. D.(1990). The role of experimentally manipulated self-efficacy in deter-

mining job search behavior among the unemployed. *Unpublished manuscript. Institute for Social Research. University of Michigan at Ann Arbor.*

부록 1. 합리적 행위 이론 모형과 계획된 행동 이론 모형 분석에 사용된 공변량 행렬

태도1	1.876
태도2	0.934 1.661
태도3	0.633 0.516 1.797
태도4	0.468 0.359 0.406 1.608
태도5	0.563 0.489 0.693 0.666 1.632
태도6	0.210 0.183 0.321 0.136 0.304 1.884
태도7	0.087 0.136 0.349 0.161 0.198 1.252 2.217
태도8	0.115 0.067 0.251 0.196 0.272 1.189 1.458 1.731
태도9	0.172 0.212 0.293 0.231 0.352 1.065 1.375 1.318 1.765
태도10	0.168 0.006 0.371 0.146 0.267 0.897 1.136 0.953 1.036 1.491
주관적규범1	0.318 0.130-0.057-0.024 0.187 0.096 0.216 0.132 0.146 0.325 1.842
주관적규범2	0.309 0.221 0.350 0.102 0.522 0.131 0.245 0.184 0.345 0.353 0.990 1.696
주관적규범3	0.386 0.462 0.446 0.127 0.439 0.079 0.370 0.231 0.431 0.390 1.124 1.469 2.123
행동통제감1	0.514 0.514 0.339 0.381 0.342 0.109 0.055 0.063 0.229 0.011 0.100 0.163 0.341 1.285
행동통제감2	0.387 0.540 0.269 0.317 0.261 0.114 0.090 0.100 0.224 0.068 0.138 0.192 0.331 0.913 1.403
행동통제감3	0.449 0.572 0.148 0.082 0.060 0.117 0.251 0.180 0.098 0.291 0.123 0.216 0.093 0.683 0.747 1.747
행동통제감4	0.311 0.645 0.111 0.025 0.029 0.094 0.226 0.259 0.094 0.374 0.160 0.087 0.033 0.925 0.806 1.153 1.923
구매행동의도1	0.520 0.590 0.316 0.247 0.276 0.112 0.147 0.070 0.203 0.053 0.396 0.415 0.450 0.575 0.365 0.429 0.450 1.301
구매행동의도2	0.370 0.556 0.372 0.144 0.260 0.014 0.132 0.144 0.279 0.041 0.509 0.509 0.677 0.384 0.407 0.304 0.233 0.835 1.357
구매행동의도3	0.562 0.737 0.372-0.014 0.140 0.221 0.128 0.186 0.088 0.240 0.199 0.191 0.518 0.506 0.508 0.712 0.788 0.736 0.738 1.684
구매희수	0.270 0.367 0.206 0.239 0.063 0.233 0.041 0.038-0.029 0.048 0.413 0.364 0.463 0.350 0.336 0.353 0.289 0.596 0.566 0.509 1.596
방문희수	0.410 0.300 0.150 0.171 0.349 0.286 0.161 0.301 0.197 0.325 0.435 0.280 0.316 0.305 0.201 0.331 0.361 0.479 0.530 0.509 0.854 2.274

부록 2. 합리적 행위 이론 모형과 계획된 행동 이론 모형 교차 타당화 분석에 사용된 공변량 행렬

태도1	2.156
태도2	1.403 2.057
태도3	1.307 1.047 2.439
태도4	0.598 0.654 0.918 1.962
태도5	0.882 0.688 1.150 1.048 1.644
태도6	0.291 0.345 0.535 0.237 0.219 1.961
태도7	0.220 0.441 0.479 0.272 0.193 1.434 2.424
태도8	0.465 0.499 0.661 0.366 0.349 1.403 1.835 2.091
태도9	0.331 0.436 0.432 0.327 0.336 1.297 1.582 1.598 1.886
태도10	0.195 0.258 0.478 0.297 0.293 1.158 1.290 1.165 1.184 1.643
주관적규범1	0.487 0.318 0.296 0.301 0.178 0.161 0.031 0.197 0.100 0.006 1.993
주관적규범2	0.316 0.169 0.396 0.399 0.180 0.028 0.009 0.045 0.023 0.138 0.980 1.538
주관적규범3	0.481 0.404 0.535 0.342 0.265 0.143 0.091 0.235 0.197 0.193 1.094 1.091 1.832
행동통제감1	0.859 0.611 0.540 0.415 0.365 0.054 0.252 0.201 0.129 0.218 0.202 0.272 0.288 1.833
행동통제감2	0.701 0.567 0.484 0.397 0.199 0.124 0.209 0.064 0.009 0.133 0.082 0.257 0.234 1.368 1.801
행동통제감3	0.551 0.502 0.029 0.037 0.007 0.243 0.098 0.099 0.182 0.058 0.069 0.178 0.061 0.924 0.944 1.981
행동통제감4	0.494 0.454 0.004 0.198 0.147 0.339 0.174 0.322 0.463 0.176 0.182 0.024 0.016 0.751 0.895 1.304 2.085
구매행동의도1	0.806 0.933 0.621 0.415 0.346 0.050 0.077 0.132 0.134 0.054 0.624 0.535 0.669 0.698 0.611 0.407 0.347 1.441
구매행동의도2	0.746 0.797 0.717 0.356 0.343 0.091 0.119 0.203 0.053 0.116 0.674 0.546 0.636 0.576 0.585 0.335 0.315 1.070 1.419
구매행동의도3	0.617 0.699 0.403 0.117 0.085 0.111 0.226 0.132 0.239 0.132 0.530 0.347 0.446 0.550 0.554 0.853 0.841 0.975 0.953 1.823
구매희수	0.582 0.661 0.554 0.417 0.192 0.091 0.031 0.096 0.121 0.092 0.786 0.417 0.575 0.506 0.550 0.260 0.139 0.922 0.897 0.796 1.938
방문희수	0.541 0.470 0.099 0.382 0.231 0.089 0.030 0.003 0.162 0.153 0.323 0.025 0.332 0.389 0.231 0.094 0.142 0.536 0.383 0.397 0.837 2.201

Understanding Consumer Behavior on On-line Shopping: An Application of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior

Myoung-So Kim and YoungSeok Han

Hoseo University and Sungkyunkwan University

The objective of the present study is (1) to investigate the factors affecting on-line shopping behavior based on the Theory of Reasoned Action (TRA) and the Theory of Planned Behavior (TPB) and (2) to test and compare the two models in the on-line shopping environment. 421 web users participated in on-line survey, and the hierarchical multiple regression as well as the analysis of covariance structure were performed. The results of this study demonstrate that perceived behavior control in addition to the attitude and subjective norm are related to the variable of behavior (purchase) intention. They also support both models on on-line shopping, with no difference in terms of fit measures. The theoretical as well as practical implications of these findings, limitations of this study, and the direction of future research are discussed.

Keywords: On-line buying behavior, Theory of Reasoned Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB)

원고 접수: 2001년 9월 25일
심사 통과: 2001년 11월 14일