

On: 31 July 2015

Access details: Access Details: [Online: 2383-9694, Subscription: 1226-9263]

Publisher Korea Distribution Association

Registered office: School of Business, Sungkyunkwan University, Jongno-gu, Seoul, South Korea



## Journal of Channel and Retailing

Publication details, including instructions for authors and subscription information:

<http://www.kodia.or.kr/>

### “ 대형유통 점 영업규제에 대한 소비자 평가와 쇼핑행동수정” (The effect of Regulations of super centers and SSM and consumer shopping behavior modification)\_학술논문

Han-Hyuk Park<sup>a\*</sup>, Dong Il Lee<sup>b\*\*</sup>

a. Ph.D., Sejong University

b. Professor, School of Business, Sejong University, Corresponding Author

Online publication date: 31 July 2015

To cite this Article: Han-Hyuk Park and Dong Il Lee(2015) ‘ The effect of Regulations of super centers and SSM and consumer shopping behavior modification ’, Journal of Channel and Retailing, 20(3): 23-42..  
To link to this Article: 10.17657/jcr.2015.07.31.2

### PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE

This article may be used for research, teaching and private study purposes. Any substantial or systematic reproduction, re-distribution, re-selling, loan or sub-licensing, systematic supply or distribution in any form to anyone is expressly forbidden. The publisher does not give any warranty express or implied or make any representation that the contents will be complete or accurate or up to date. The accuracy of any instructions, formulae and drug doses should be independently verified with primary sources. The publisher shall not be liable for any loss, actions, claims, proceedings, demand or costs or damages whatsoever or howsoever caused arising directly or indirectly in connection with or arising out of the use of this material.

## 대형 유통점 영업규제에 대한 소비자 평가와 쇼핑행동수정\*

박한혁\*\*, 이동일\*\*\*

1996년 유통시장의 개방이후 대형마트가 지속적인 성장으로 국내에서 2013년 483개 점포로 성장하고, 기업형 슈퍼마켓(이하 SSM)이 2008년을 전후로 급속한 출점으로 대기업과 중소기업과의 갈등이 심화되었다. 규제에 대한 찬성과 반대의 갈등 속에서 골목상권이 보호되어야 한다는 논리로 유통산업 발전법이 개정되어 영업규제가 실시되었다. 본 연구는 영업규제 정책의 시행 이후 소비자들의 규제 평가와 쇼핑행동수정에 관한 실증 연구이다.

영업규제 실시에 대한 법적 정당성 논란, 대형마트의 매출 감소에 대한 우려, 중소기업의 추가적인 규제요구 등 규제에 찬성하는 집단과 반대하는 집단의 갈등이 심화되고 있는 상황에서 소비자들의 규제에 대한 평가로 지각된 정당성에 동의 정도, 소비자 후생감소의 동의 정도를 연구하였다.

연구결과, 규제의 정당성을 강화시키는 요인으로 형평성, 필요성, 절차정당성, 상호작용정당성 요인을 추론하였으며 소비자 후생감소 요인으로 주권침해, 접근편의성감소, 거래편의성감소 요인을 추론하였다. 규제의 지각된 정당성은 규제 수용에 정(+)의 영향을 미치고, 소비자 후생감소 요인은 규제수용에 부(-)의 영향을 미치고, 규제수용은 쇼핑행동수정에 정(+)의 영향이 실증 되었다. 영업규제에 대한 소비자의 쇼핑행동수정 요인으로 구매일자 조정, 점포전환, 구매포기 모형을 검증하였다.

본 연구는 소비자 관점에서 규제평가와 쇼핑행동수정에 관한 소비자 규제수용 모형 제시 및 영업규제의 문제점과 정책적 제고 방향을 제시하였다.

주제어 : 대형마트, SSM, 영업규제, 규제수용, 쇼핑행동수정

### I. 서론

대형 유통점에 대한 규제는 2009년 이전에도 지역 자치단체를 중심으로 입지제한, 교통 유발금 부담, 업무지침, 법률제정을 통한 규제 등이 있었다(Suh 2007). 그러나 대형마트가 1996년 유통시장 개방 이후 지속적인 성장으로 2013년 483개점으로 성장하였다(<표 1> 참조). 대형마트의 성장과 대기업이 운영하는 기업형 슈퍼마켓(Super Super Market; SSM)도 2008년 349개점에서 2013년 12월 1,252점

으로 2008년 대비 358% 이상 증가하였다(<표 2> 참조). 대형마트의 성장과 SSM의 급격한 성장은 대형 유통점의 출점 및 영업규제가 필요하다는 측과 반대하는 측의 논란으로 대형 유통점 규제 문제가 사회의 중요한 이슈가 되었다(Sin 2009).

대형 유통업체들의 급성장은 중소기업들의 경쟁력이 상실되고 생존권 위협 등 부정적 효과로 SSM을 법적·제도적으로 규제해야 한다는 의견이 제기되었다(Sim 2011).

반면, 대형마트·SSM의 성장은 소비자 수행과 유통산업 발전을 촉진한다는 긍정적인 효과를 가져왔

\* 이 논문은 제 1저자의 세종대학교 박사학위 논문을 수정 보완한 것임.

\*\* 세종대학교 경영학 박사, 롯데쇼핑 수석(race811245@hanmail.net)

\*\*\* 세종대학교 경영학과 교수(donlee@sejong.ac.kr), 교신저자

&lt;표 1&gt; 연도별 대형마트 점포 수

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
국내	171	201	235	261	278	306	337	363	394	409	437	441	469	483
해외	1	2	2	2	3	7	11	13	49	121	127	151	157	161

Korea Chainstores Association(2014), The Yearbook of Retail Industry.

&lt;표 2&gt; 주요 SSM 점포 수

구분		2008	2013	2008년 대비 증가율(%)
SSM	이마트 에브리데이	34	106	311.8
	GS 슈퍼	103	257	249.5
	롯데 슈퍼	110	501	455.5
	홈플러스 익스프레스	102	388	380.4
	전체	349	1252	358.7

Korea Chainstores Association(2014), The Yearbook of Retail Industry.

다(Ma 2012)는 논란이 지속되었다. 2013년 1월 유통산업발전법에 의한 영업규제는 매월 2일 의무휴무를 반드시 실시하고 영업시간 제한은 10시~24시로 확대하였다. 영업시간 제한을 위반 시 최고 1억 원 까지 과태료를 부과할 수 있도록 하고, 의무휴무일 결정은 공휴일 중 지정하되 이해관계자 합의 시 휴무일을 조정 가능하도록 확정하였다. 그러나 적용 시점에만 차이가 있을 뿐, 모든 지자체가 거의 동일한 기준으로 영업규제를 실시하고 있다.

대형 유통점 측은 영업규제의 법적 타당성 입법에 대한 위헌 논란, 매출 감소를 우려하며 반발하고 있는 반면(Jeong and Jeong 2013), 중소상인은 영업규제 시행에도 소비심리가 살아나지 않는다며 추가적인 규제의 필요성을 제기하고 있어 근본적인 해결책이 필요한 시점이다.

따라서 본 연구는 영업규제 실시 이후에도 법적 소송 등 이해관계자의 갈등에 대한 소비자 입장에서 대안 검토이다. 직접적인 이해당사자는 아니지만 실질적 당사자인 소비자의 관점에서 규제에 대한 반응과 규제 이후 쇼핑행동의 변화를 연구하여 소비자를 위한 미래 지향적인 방안을 제안하는 것이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 대형 유통점 규제논란

대형 유통점의 성장은 가격인하와 서비스질의 제고를 통해 소비자의 후생을 증가시키고, 유통산업의 발전을 촉진하는 등의 긍정적인 효과를 가져왔다(Ma 2012). 그러나 대형 유통업체들의 과점화 및 경쟁의 심화로 인해 중소 유통업체들의 지속적인 침체와 경쟁력이 상실되었고 전통재래상권의 붕괴에 따른 중소상인들의 생존권위협 등 부정적인 효과가 나타나면서 이에 대한 대책을 둘러싸고 논란이 있어왔다(Jeong and Jeong 2012). 이에 대해 중소상인 및 시민단체와 일부 야당을 중심으로 법적·제도적으로 대형 유통점 규제를 강화해야 한다는 목소리가 끊임없이 제기되었다(Sim 2011). 이러한 찬성과 반대의 논란을 Sin(2009)은 정책적, 경제적, 법리적 측면으로 구분 표와 같이 제시하였다(<표 3 참조>).

Jeong and Jeong(2012)는 SSM 규제를 찬성하는 측과 반대하는 측의 주요 구성 체계, 규범적 기저핵심, 정책핵심, 도구적 측면으로 제시하였다. 찬성하

<표 3> 규제 논의 쟁점

구분	규제 찬성 논거	규제 반대 논거
정책적 쟁점	대형 유통점 규제는 선진국에서도 하고 있으므로 WTO 위반은 문제되지 않음	시장접근 제한적 조치를 금지하는 WTO 협정 위반
경제적 쟁점	SSM은 골목상권을 붕괴 후 독점력을 행사하여 궁극적 유통발전 저해	유통업의 경쟁력을 약화시켜 국가 경쟁력 하락
법리적 쟁점	국가 경제 규제와 조정(제 19조 2항), 중소기업보호(제 123조)를 천명한 헌법에 근거해 합헌	자유시장 원칙(제 119조 1항), 직업선택의 자유(제 15조), 소비자의 선택권(제 10조)을 천명한 헌법에 위반

Sin(2009), "Super Super Market(SSM) Issues of Legislative Regulation Problem", Korea Economic Research Institute, 10, 1-92.

<표 4> SSM 찬성/반대 연합 주요 구성주체와 신념체계

구분	규제 찬성 논거	규제 반대 논거
주요 구성주체	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 중소기업인 연합단체, 지역 소상공인, 시민단체, 야당</li> <li>· 전국 중소기업인 살리기 유권자 연합</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 대형 유통업체, 여당, 외교통상부, 지식경제부</li> <li>· 한국체인스토어협회 회원사</li> </ul>
규범적 기저핵심	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 경제 민주화 달성</li> <li>· 사회적 시장경제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자본주의 시장논리</li> <li>· 시장중심의 자유주의 경제관</li> </ul>
정책핵심	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 헌법 제 119조: 국가 경제의무</li> <li>· SSM 규제법 강화 개정</li> <li>· 적극적인 SSM 규제법 개정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 헌법 제 11조, 제 15조: 영업자유 및 평등권 침해</li> <li>· 점진적 SSM 규제법 제정</li> </ul>
도구적 측면	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 예외 없는 적용</li> <li>· 유통법·상생법 동시 처리</li> <li>· 통상마찰에 적극적 대처</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 최소한의 규제</li> <li>· 유통법·상생법 순차적 처리</li> <li>· 통상마찰에 소극적 대처</li> </ul>

Jeong and Jeong(2012), "Super Super Markets Regulatory Policy Change through Advocacy Association Analysis of this Model", Korean Association for Public Management, 26(1), 23-52.

는 측은 경제민주화 달성과 사회적 시장경제 실현을 핵심사항으로 영업규제를 실시하여야 한다고 주장하고 반대하는 측은 시장논리와 시장중심의 자유주위 경제관을 이유로 규제반대를 주장한다(<표 4> 참조).

## 2. 쇼핑행동수정

태도와 행동의도에 관한 관계는 행동의도가 Ajzen and Fishbein(1980)에 의해 태도와 행동 사이의 중간변수로 인식 이래 여러 연구에서 검증되었다. 행동수정은 인간의 행동을 내적 인식에 의한 행동의 변화보다는 외적 환경에 의한 자극으로 행동을 변화시킬 수 있다는 행동주의적 심리학적 개념

과 원리를 적용하고 있다(Jang 1985).

Lim and Yeo(2010)는 규제에 대한 소비자의 수용태도와 행동의 연구에서 태도와 행동이 항상 일치하지 않는다는 점을 실증하였다. 규제수용은 규제를 해야 하는 찬성과 반대의 정도를 표현하는 것이며(Lim and Yeo 2010) 추가적인지 정도와 반대의 거부감을 의미한다(Kim 2012). 규제수용의 개념은 규제태도와 행동을 포괄하는 개념으로 이해할 수 있다.

행동수정은 행동을 직접 변화시키기 보다는 그 행동을 선행하는 조건 또는 후속하는 조건을 변화시킴으로써 행동의 맥락을 변화시키고자 하는 것이다(Lee 2004). 영업규제의 외부 조건변화는 품질시행동수정반응을 통해서 고찰해 볼 수 있다. 품질에 대

한 소비자의 반응으로 Walter and Grabner(1975)는 상품대체, 구매연기, 점포전환의 SDL 행동모델을 제시하였다. 대형 유통점에 대한 영업규제 시 소비자의 소핑행동수정반응은 구매시간 또는 일정조정, 다른 점포나 업태로 전환, 구매포기행동으로 추론될 수 있다.

### 3. 지각된 정당성

대형 유통점의 월 2일 휴무실시 및 영업시간(오전 10시-24시) 제한은 유통산업발전법의 개정시행(2013년 4월)으로 본격화 되었다. 규제에 대한 정당성은 Adams(1965)의 형평성이론에서 발전되었다. 정당성의 개념은 교환과정에서 한 개인이 자신이 획득하기 위해 투자한 자원과 그 대가로 받은 성과에 대한 비율의 지각이 공정하고 정당했는가의 여부를 말한다(Sin 2006). 정당성은 형평성에서 시작하여 제품이나 서비스의 공정한 분배뿐만 아니라 서비스분배의 절차나 서비스가 어떻게 배분되는가에 관한 방법이 추가되어 분배정당성, 절차정당성, 상호작용 정당성으로 발전되었다(Clemmer Schneider 1996; Cho 2009). 본 연구에서는 형평성이론으로부터 발전된 분배정당성(Deutsch 1975) 중 형평성과 필요성, 세부절차에 관심을 둔 절차정당성(Tax, Brown and Chandrashekar 1998), 정책의 신뢰성에 관점을 둔 상호작용 정당성(Blodgett and Hill 1997) 요인을 중심으로 규제의 정당성을 논의 한다.

수익과 비용의 비율에 초점을 둔 분배정당성(Deutsch 1975)은 형평성, 필요성, 평등성 요인으로 구분되는데, 규제특성 감안과 사전조사 요인분석을 바탕으로 평등성을 제외하고 형평성, 필요성 요인으로 실증하고자 한다. 정부규제의 정당성을 뒷받침해주는 논리 가운데 하나는 시장경제에서 자원배분의 형평성이 희생되었다면 형평의 제고를 위해 정부는 시장에 개입해야 한다는 것이다(Kim Hong

1993). 규제 필요성의 근거로는 시장실패, 거래비용의 최소화, 법원의 불안전성, 정치적 영합 등을 제시할 수 있다(Ji and Kim 2010). 절차정당성은 정책 수용 요인으로 Anderson(1984)이 합당한 권한으로 정당한 절차에 의해 이루어졌다는 정당성 논의에서 볼 수 있다. 영업의 규제에 대한 정당성은 중소기업 보호(헌법 제123조)를 목적으로 제정되었고, 강제휴무 규정이 위헌이라며 한국체인스토어협회에서 제기한 헌법소원이 헌법재판소에서 2013년 12월 각하되면서 추가적인 반발은 있지만, 법 제정 목적의 정당성은 어느 정도 확보되었다고 할 수 있지만 이해 관계자를 대상으로 확인이 필요하다. 규제정책의 정당성을 확보하기 위해서는 정책결정과정에 참여한 사람들의 동의를 얻는 절차적 정당성이 확보되어야 한다(Mun 2003).

상호작용 정당성은 문제의 발생원인과 해결책을 설명하는 의사소통과정에 관한 정당성인데, 이를 강화하는 요인으로 정중함과 신뢰성을 들고 있다(Choi and Kim 2000). 상호작용 정당성은 정책에 대한 시행절차가 행해지는 동안 정책 제공자와 수용자간의 상호 관계 속에서 정책서비스 제공자로부터 어느 정도 정당한 대접을 받았는가에 대한 것이다(Cho 2009). 상호작용 정당성의 평가는 규제정책 제공자의 성실성, 설명, 예절, 호의, 순발력, 흥미, 정직, 솔직함, 관심, 그리고 노력 등이 주요한 판단 바탕으로 된다(Blodgett and Hill 1997; Cho 2009).

### 4. 소비자 후생감소

소비자후생은 경제학의 소비자의 잉여에서 발전되었다. 마셜은 소비자 잉여는 개인이 자신의 환경으로부터 얻어내는 잉여이익을 측정하는 것이라 주장한다(Lee 2004). Kim and Sim(2012)는 규제 디자인에 따라 선형수요함수와 한계비용에 기초하여 사회 후생감소를 제시하였다.

대형 유통점에 대한 영업제한은 소비자로 하여금 이전의 쇼핑습관을 변경하여 쇼핑일시 및 장소를 변경해야 한다는 점과 소비자의 선택권을 침해한다는 점에서 소비자의 후생이 감소될 수 있다. 규제에 의해 쇼핑 일시를 변경하는 고객들은 일요일에 대형마트에서 쇼핑하면서 다른 일정을 가족과 함께 소화함으로써 누렸던 즐거움이나 편리함을 줄이거나 포기할 수밖에 없으며, 연쇄적으로 다른 요일의 일정들을 쇼핑을 위하여 변경함으로써 불편함이 증가하는 여러 가지 부(-)의 효과가 존재한다. 또한 다른 점포로 쇼핑장소를 변경하는 소비자들은 대형마트의 원스톱 쇼핑의 편리함을 포기해야 하고, 접근편의성이 달라지면서 불편함이 발생하여 후생의 감소가 발생한다(Jeong and Choi 2013). 주권침해와 편의성 감소로 소비자의 후생이 감소된다 할 수 있다.

영업규제 정책은 소비자의 선택권(헌법 제10조) 침해라는 점에서 소비자의 주권침해가 인정 될 수 있다. 즉, 소비자의 선택권 제한이라는 측면에서 대형 유통점의 영업규제는 소비자에게 시간과 비용을 수반하는 불편함을 초래할 수 있다(Heo 2013).

Brown(1990)은 편의성을 소비자가 구매에서 사용하는 시간과 노력으로 나타냈으며, Berry, Seiders and Grewal(2002)는 서비스 이용과정에 따라 편의성을 구분하였는데, 본 연구에서는 사전조사와 선행연구를 근거로 편의성감소를 접근편의성, 거래편의성 요인으로 구분 제시한다.

접근편의성은 서비스 업체의 장소, 서비스 운영 시간, 서비스업체와의 접촉하는 방법이 해당되며, 서비스 제공자에 의한 이러한 접근용이성과 신속성으로 인해 구매자는 서비스에 대한 편리함을 지각하게 된다(Han and Lee 2011). 영업규제 시 상품선택 장소의 제한, 운영시간 제한으로 접근편의성의 감소가 있을 것이다.

거래 편의성은 소비자가 서비스 거래를 실행하는 과정에서 지각하는 시간과 노력의 지출에 관련된

개념이다. 거래의 불편함은 기회비용으로 작용하게 되는데, 60% 이상의 인터넷 구매자들이 결제 등 거래의 불편함으로 인해 실제 구매하기 직전에 그들의 쇼핑을 포기한 것으로 나타났다(Kim, Lee and Lee 2012).

### Ⅲ. 연구 모델 및 가설설정

#### 1. 연구 모형

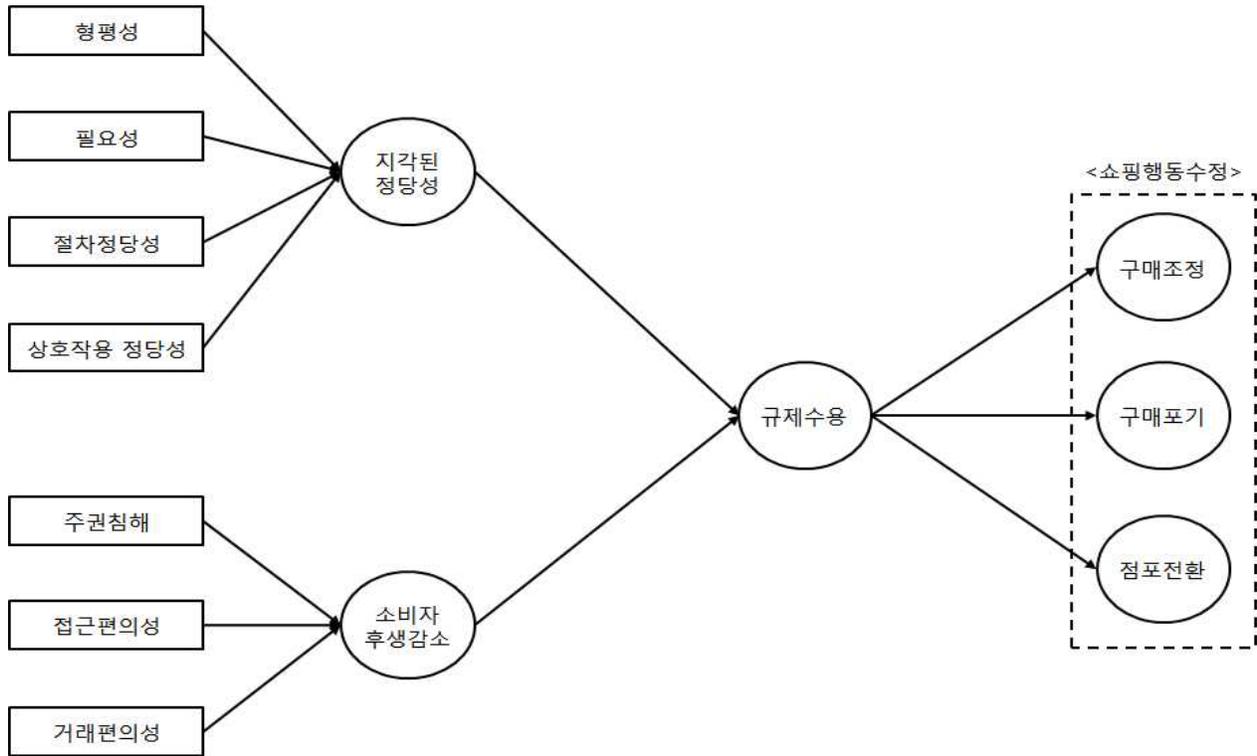
대형 유통점 영업규제의 지각된 정당성과 소비자 후생감소에 대한 소비자 평가 정도가 규제수용, 쇼핑행동에 어떠한 영향을 미치는지를 추론하고자 한다. 본 연구는 영업규제에 대한 지각된 정당성 요인인 형평성, 필요성, 절차정당성, 상호작용정당성이 규제수용과의 관계를 연구하고자 한다. 그리고 지각된 소비자후생감소의 요인인 소비자의 주권침해, 편의성 감소와 규제수용과의 관계를 제시하고자 한다.

결과적으로 대형 유통점 영업규제 시행에 따른 규제의 지각된 정당성과 소비자 후생감소에 영향을 미치는 요인, 그리고 규제수용은 쇼핑행동수정에 어떤 영향을 미치는지를 제시하는 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다.

#### 2. 연구가설

##### 2.1 규제수용이 쇼핑행동수정에 미치는 영향

Lim and Yeo(2010)는 규제수용 연구에서 태도와 행동이 항상 일치하지 않는다는 점을 실증하고 규제수용은 규제를 해야 하는 찬성과 반대의 정도를 표현하는 것으로 정의하였다. 행동수정은 행동을 선행하는 조건 또는 후속하는 조건을 변화시킴으로써 행동의 맥락을 변화시키고자 하는 것이다(Lee



<그림 1> 연구모형

2004). 쇼핑행동이 외부의 조건변화로 어떤 수정이 발생하는지가 쇼핑행동수정이라 할 수 있다.

Walter and Grabner(1975)가 소매점 품질 시 소비자 행동모형으로 SDL 모형을 제시하였다. 소비자 들이 품질상황에서 다른 상품으로 대체하거나, 재 방문 시 상품 이용가능성을 기대하며 구매를 연기 하거나 품질된 상품을 구매하기 위하여 다른 점포 로 전환하는 구매행동을 보인다고 설명하고 있다. 본 연구에서는 SDL모형을 참고 영업규제 시 소비 자의 쇼핑행동수정 반응을 구매 시간 일정의 조정, 다른 점포나 업태로 점포전환, 구매포기행동으로 추론 하고자 한다.

대형 유통점의 영업규제의 수용이 소비자로 하여 금 대형 유통점에 대한 구매시간 일정을 조정하는 구매조정, 대형유통 점포에 대한 구매포기, 재래시 장 슈퍼마켓으로 이탈하는 점포전환에 미치는 영향 을 실증하고자 가설을 설정하였다.

H1. 규제수용은 쇼핑행동수정(구매조정, 구매포 기, 점포전환)에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-1 규제수용은 구매조정에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-2 규제수용은 구매포기에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-3 규제수용은 점포전환에 유의한 영향을 미칠 것이다.

## 2.2 지각된 정당성이 규제수용에 미치는 영향

규제의 수용태도 형성요인으로 Cha(2005)는 규 제 내용, 규제 집행기관, 규제환경, 규제 집단을 제 시하였다. Kim and Gi(2011)은 규제수용을 정책대 상 집단이 받아들일 것인가 또한 거부할 것인가의 태도를 결정하는 주관적인 표현이라 정의 하였다.

정당성이 규제수용에 미치는 선행연구로는 Ahn

(2012)의 규제정당성과 수용성을 확보하기 위해서는 실제적인 내용과 절차적인 수단을 고려해야 한다는 이론적 연구를 제시하였다. Cha(2005)는 규제 내용의 정당성이 환경규제 순응에 영향을 미친다고 하였고, Choe(2008)는 정책내용 정당성이 규제수용에 영향을 미친다고 하였다. Kim and Kwon (2007)은 절차 민주성을 통해 확보된 정당성이 규제수용에 영향을 제시 하였다.

본 연구에서는 선행연구의 정당성 요인으로 형평성, 필요성, 절차정당성, 상호작용 정당성에 의해 형성된 지각된 정당성이 규제 수용에 어떠한 영향을 미치는지 실증하고자 가설을 설정하였다.

H2. 지각된 정당성은 규제수용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 2.3 소비자 후생감소가 규제수용에 미치는 영향

소비자 후생감소와 규제수용과의 관계는 정책 대상자의 개인적 이익이 수용성을 증가시킨다는 Anderson(1984)의 이론에서 접근할 수 있다. 국내 연구에서는 지각된 불편성이 수용의 저항요인임을 실증 하였다(Lee, Lee and Jang 2012).

Braithwaite(1993)는 규제상황에서 피 규제자의 규제 불응원인 중 규제비용을 주장하였고, Kim (2003)도 규제순응에 대한 비용과 불편성을 규제불응 원인으로 제시했다. 영업규제가 소비자의 선택권과 소비자에게 시간과 비용을 수반하여 불편을 초래하는 소비자 후생을 감소시킨다는(Heo 2013) 이론적 연구를 실증하는 것이 필요하다.

본 연구에서는 선행연구를 통하여 영업규제로 인한 소비자 주권침해, 접근편의성 감소, 거래편의성 감소 요인으로 형성된 소비자 후생감소와 규제수용에 대한 관계를 실증하고자 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H3. 소비자 후생감소는 규제수용에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

## 3. 구성개념의 조작적 정의 및 측정변수

본 연구의 구성개념인 지각된 정당성, 소비자 후생감소, 규제수용, 쇼핑행동수정의 조작적 정의는 다음과 같으며, 측정변수의 선정은 선행연구를 토대로 제시하였다. 설문문항은 리커트 7점 척도를 이용하여 전혀 그렇지 않다(1)와 매우 그렇다(7)로 측정하였다(<표 5> 참조).

### 3.1 쇼핑행동수정

영업규제 영향으로 쇼핑행동의 수정은 대형 유통점에 대한 이탈과 지속이용행동을 측정하며 구매시간, 일자조정, 점포전환, 구매포기 빈도를 7점 척도로 측정한다.

### 3.2 지각된 정당성

지각된 정당성은 시장의 실패를 바로 잡기 위하여 정부의 개입으로 교환상황이 공정하여 중소기업이 보호된다고 소비자에게 받아들여지는 정도라고 할 수 있다. 이러한 규제의 정당성의 확보를 파악하기 위하여 형평성, 필요성, 절차정당성, 상호작용 정당성 요인의 영향력을 분석하고자 한다. 지각된 정당성의 요인별 측정은 대형 유통점의 영업규제로 재래시장과 중소 슈퍼마켓이 보호된다는 신념의 정도를 요인별로 7점 척도로 측정한다.

### 3.3 소비자 후생감소

대형 유통점의 영업규제는 소비자 선택권과 불편함으로 소비자 후생의 감소가 예상된다. 소비자 후

&lt;표 5&gt; 측정문항

요인	측정문항	참고문헌	
지각된 정당성	정당성	규제는 관련된 비용·편익이 차별 없이 분배된다는 지각 정도 형평성, 필요성, 절차정당성, 상호작용정당성	Kim and Hong(1993) Cha(2005) Kim and Sim(2012)
	형평성	수혜집단과 비용부담집단 간의 자원배분 형평성 사회적 형평성 달성을 통한 사회적 정의실현 소비자 등의	Kim and Hong(1993)
	필요성	규제도입으로 시장실패의 치유 경쟁의 부족으로 발생된 시장실패 치유	Ji and Kim(2010)
	절차정당성	규제정책의 의사결정과정의 투명성과 공개성에 등의 의사결정과정에 이해관계자의 민주적 참여 정도	Kim and Kwon(2007)
	상호작용 정당성	의사소통 상호관계 과정에서 규제정책 신뢰성 홍보노력	Choi and Kim(2000) Blodgett and Hill(1997) Cho(2009)
소비자 후생감소	후생감소	선택권 침해와 접근편의성, 거래편의성 감소	Jeong and Choi(2013)
	주권침해	주권침해, 선택의 자유 제한, 선택의 다양성 감소	Heo(2013)
	접근편의성	접근을 위해 지각된 시간과 노력 증가로 접근용이성 감소, 쇼 핑 위치의 편리성 감소, 편리한 시간이용감소	Han and Lee(2011)
	거래편의성	효과적 거래를 위한 시간 노력 증가로 거래 마무리 편리성 감 소, 구매의 빠른 완료 감소, 거래 대기시간의 증가	Kim and Sim(2012)
규제수용	규제수용의 찬성/반대 정도 지지도와 추가규제 필요 정도 규제거부 정도 및 개선 필요	Lim and Yeo(2010) Kim and Sim(2012)	
쇼핑행동수정	구매일자시간 조정, 점포전환, 구매포기	Lee(2004) Walter and Grabner(1975)	

생감소를 측정하기 위하여 선행연구를 참고하여 소비자 주권침해, 접근편의성 감소, 거래편의성 감소 요인의 영향력을 측정하고자한다. 소비자 주권침해와 접근편의성 감소, 거래편의성 감소로 소비자 후생이 감소한다고 정의하고 믿음의 정도를 요인별로 7점 척도로 측정한다.

### 3.4 규제수용

규제수용은 규제의 지각된 정당성과 소비자의 후생감소에 의해 형성된 영업규제에 대한 소비자의 수용과 거부정도를 말한다. 규제수용은 소비자가 받아들일 것인가, 거부할 것인가의 규제에 대한 소비자의 주관적인 표현이라고 정의 할 수 있다. 이에 따라 영업규제에 찬성과 반대의 정도를 측정하고 그에 대한 추가적인 지지도와 거부감의 정도를 7점

척도로 측정한다.

## 4. 표본설계 및 분석방법

자료의 수집은 전주지역과 대전지역의 대형마트 · SSM 점포를 대상으로 한국체인스토어협회를 통하여 확보한 점포 중에서 대형마트는 이마트, 롯데마트, 홈플러스 이용고객을 SSM은 롯데슈퍼와 GS슈퍼마켓 이용고객을 대상으로 편의표본추출방법을 사용하였다. 조사는 2014년 4월 17일-30일, 2주간 면접원이 방문 조사를 하였다.

설문조사는 사전조사로 요인분석을 실시하고 본 조사는 업계 관계자의 협조로 해당매장에서 조사자가 현장에 이용고객을 직접 대면하여 700부의 자료를 수집하였고 설문응답자에게는 답례품을 증정하여 성의 있는 답변을 유도하도록 하였다. 수거된 설

문지 중 불성실한 답변과 무응답 자료를 제외하여 실제 519부의 설문지를 분석에 사용하였다.

본 연구에 사용된 자료를 분석하기 위해 SPSS 18.0, AMOS 16.0, SmartPLS 2.0 프로그램을 사용하였다. 연구모형의 검증방법은 일반적으로 SEM(구조방정식모델) 또는 PLS를 사용하는데 두기법의 가장 큰 차이는 구성개념과 지표의 관계에 있다. 지표는 구성개념과 측정변수 들의 관계에 따라 반영 지표와 조형지표로 구분되는데 SEM은 반영지표일 경우 적합하며 PLS는 반영지표와 조형지표의 분석이 가능한 특징이 있다. PLS는 조형지표와 반영지표의 분석이 가능하고 정규분포의 가정이 자유로우며 표본의 크기에도 큰 영향을 받지 않는 특징이 있으며, 다수의 구성개념과 측정지표로 구성된 복잡한 모형을 분석하는데 용이하다(Chin and Newsted 1999). 따라서 본 연구의 모형의 검증은 반영지표와 조형지표로 구성되어 있어 PLS를 사용하였다.

#### IV. 실증분석 및 결과

##### 1. 표본의 특성

본 연구의 설문에 참여한 519명의 조사 대상자들에 대한 특성은 세부적 특성을 살펴보면 다음과 같다.

성별은 여자(376명, 72.4%)가 남자(143명, 27.6%)보다 4배 가까이 많았으며, 연령은 30대(180명, 34.7%), 40대(149명, 28.7%), 50대(11.명, 21.2%) 순으로 파악되었다. 식료품 주요 구매 장소 조사에서 대형마트는 규제이전 64.9%에서 규제이후 50.9%로 감소되고, SSM은 규제이전 13.7%에서 규제이후 12.9%로 감소되었다. 반면 재래시장은 규제이전 6.9%에서 규제이후 13.1%로 증가하고 슈퍼마켓은 규제이전 12.7%에서 규제이후 21.8%로 증가되었다.

#### 2. 측정문항의 검증

##### 2.1 탐색적 요인분석 및 신뢰도분석

탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)은 연구모형에 사용된 요인을 측정하는 문항들이 해당 요인에 묶이는지를 확인하고자 실시하였다.

한편, 신뢰성(reliability) 검증은 탐색적 요인분석의 결과를 가지고 하였다. 요인에 포함된 문항들 간의 일치를 평가하는 신뢰도는 오차가 적어야 문항 값의 신뢰성이 높다고 간주되므로, 신뢰도 분석 결과에서 나타난 크론바흐 알파(Cronbach's  $\alpha$ )값이 0.70 이상은 되어야 한다. 분석결과는 <표 6, 7, 8>와 같이 나타났다.

<표 6> 소비자 후생감소의 탐색적 요인분석 결과

요인명	항목	요인 부하량			공통성	고유값	분산율(%)	신뢰도( $\alpha$ )
접근편의성	Q206	0.925	0.060	0.146	0.880	3.207	35.632	0.915
	Q207	0.899	0.134	0.173	0.856			
	Q205	0.897	0.070	0.166	0.838			
	Q208	0.775	0.118	0.168	0.643			
거래편의성	Q210	0.104	0.895	0.163	0.838	2.434	27.047	0.879
	Q209	0.071	0.890	0.179	0.829			
	Q211	0.119	0.868	0.023	0.767			
주권침해	Q203	0.198	0.175	0.913	0.903	1.805	20.054	0.886
	Q204	0.262	0.134	0.898	0.892			

KMO 측도: 0.805, Bartlett의 구형성 검정: 3227.770( $p < 0.001$ ,  $df=36$ ), 누적 분산율: 82.734%

<표 7> 지각된 정당성의 탐색적 요인분석 결과

요인명	항목	요인 부하량				공통성	고유값	분산율(%)	신뢰도( $\alpha$ )
상호작용정당성	Q114	0.922	0.060	0.110	0.118	0.880	3.225	29.317	0.918
	Q115	0.878	0.083	0.112	0.129	0.807			
	Q116	0.852	0.152	0.126	0.042	0.767			
	Q113	0.850	0.139	0.112	0.130	0.771			
형평성	Q104	0.152	0.916	0.076	0.109	0.880	2.589	23.535	0.917
	Q103	0.105	0.913	0.095	0.070	0.858			
	Q101	0.106	0.891	0.175	0.071	0.840			
절차정당성	Q110	0.119	0.176	0.912	0.165	0.904	1.786	16.239	0.888
	Q111	0.223	0.126	0.901	0.153	0.900			
필요성	Q106	0.103	0.136	0.139	0.900	0.858	1.717	15.605	0.826
	Q105	0.187	0.068	0.161	0.886	0.850			

KMO 측도: 0.798, Bartlett의 구형성 검정: 3828.763( $p < 0.001$ ,  $df = 55$ ), 누적 분산율: 84.696%

<표 8> 규제수용 및 쇼핑행동수정의 탐색적 요인분석 결과

요인명	항목	요인 부하량				공통성	고유값	분산율(%)	신뢰도( $\alpha$ )
규제수용	Q302	0.931	0.104	0.104	0.035	0.889	4.308	28.717	0.957
	Q304	0.923	0.094	0.150	0.005	0.884			
	Q301	0.917	0.059	0.117	0.036	0.860			
	Q303	0.915	0.089	0.160	0.023	0.871			
	Q305	0.863	0.094	0.144	0.059	0.777			
구매조정	Q401	0.138	0.923	0.035	0.002	0.872	3.435	22.903	0.944
	Q403	0.086	0.920	0.076	-0.051	0.862			
	Q402	0.138	0.920	0.095	0.041	0.876			
	Q404	0.018	0.903	0.138	-0.038	0.837			
점포전환	Q408	0.229	0.039	0.891	0.113	0.861	3.155	21.035	0.908
	Q409	0.223	0.078	0.851	0.162	0.806			
	Q407	0.076	0.127	0.847	0.122	0.755			
	Q410	0.085	0.100	0.846	0.094	0.741			
구매포기	Q405	0.031	-0.034	0.170	0.939	0.912	1.813	12.085	0.900
	Q406	0.064	-0.014	0.216	0.926	0.908			

KMO 측도: 0.838, Bartlett의 구형성 검정: 7349.260( $p < 0.001$ ,  $df = 105$ ), 누적 분산율: 84.740%

## 2.2 확인적 요인분석

요인과 측정문항 간의 관계를 알아보기 위해 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시하였다. 분석 결과를 통해 요인부하량(0.50 이상), 평균분산추출(AVE=0.50 이상), 개념 신뢰도(0.70 이상)를 기준으로 집중타당성을 평가하였다. 분석 결과는 <표 9, 10>과 같이 나타났다.

## 2.3 상관관계분석

요인 간의 판별타당성을 평가하고자 상관관계분

석을 실시하였다. 판별타당성 평가방법은 상관계수 제곱과 해당 요인들의 평균분산추출(AVE) 지수를 비교하여 AVE가 더 큰가를 확인하였다.

<표 11>에서 보는 바와 같이, 상관계수가 가장 큰 점포전환과 거래편의성의 상관계수 제곱 값은 0.480이며, AVE 지수는 0.513과 0.555로 나타나, 본 연구의 요인 간에는 판별타당성이 있는 것으로 확인되었다.

## 3. 가설의 검증

본 연구에서는 bootstrapping(표본 수 1000)을 이

<표 9> 내생변수의 확인적 요인분석 결과

		경로		표준화 계수	표준 오차	t-value(p)	개념 신뢰도	AVE
규제수용	규제수용	→	Q304	0.934	-	-	0.912	0.674
		→	Q304	0.924	0.027	38.896***		
		→	Q304	0.911	0.027	36.973***		
		→	Q304	0.918	0.026	37.943***		
		→	Q304	0.840	0.032	29.459***		
쇼핑행동 수정	구매조정	→	Q401	0.940	-	-	0.909	0.715
		→	Q403	0.863	0.029	31.635***		
		→	Q402	0.942	0.024	41.010***		
		→	Q404	0.835	0.030	29.111***		
	구매포기	→	Q405	0.849	-	-	0.780	0.640
		→	Q406	0.966	0.091	12.006***		
	점포전환	→	Q408	0.926	-	-	0.807	0.513
		→	Q409	0.873	0.029	29.245***		
		→	Q407	0.800	0.034	24.599***		
		→	Q410	0.775	0.033	23.137***		

CMIN/DF=427.421/84, RMR=0.074, GFI=0.907, AGFI=0.867, NFI=0.942, RFI=0.928, IFI=0.953, TLI=0.941, CFI=0.953, RMSEA=0.089, \*\*\*p<0.001

<표 10> 외생변수의 확인적 요인분석 결과

		경로		표준화 계수	표준 오차	t-value(p)	개념 신뢰도	AVE
지각된 정당성	형평성	→	Q104	0.918	-	-	0.832	0.624
		→	Q103	0.881	0.033	28.840***		
		→	Q101	0.861	0.033	27.733***		
	필요성	→	Q106	0.870	-	-	0.723	0.567
		→	Q105	0.809	0.064	14.752***		
	절차정당성	→	Q110	0.875	-	-	0.785	0.646
		→	Q111	0.913	0.056	18.842***		
	상호작용 정당성	→	Q114	0.937	-	-	0.851	0.589
		→	Q115	0.863	0.031	29.747***		
		→	Q116	0.808	0.032	25.797***		
→		Q113	0.830	0.032	27.298***			
소비자 후생감소	주권침해	→	Q203	0.852	-	-	0.809	0.680
		→	Q203	0.934	0.060	18.632***		
	접근편의성	→	Q203	0.933	-	-	0.845	0.580
		→	Q203	0.914	0.029	35.310***		
		→	Q203	0.882	0.032	32.247***		
		→	Q203	0.706	0.041	20.319***		
	거래편의성	→	Q203	0.883	-	-	0.788	0.555
		→	Q203	0.887	0.045	24.253***		
		→	Q203	0.758	0.043	20.203***		

CMIN/DF=461.55/149, RMR=0.070, GFI=0.922, AGFI=0.890, NFI=0.940, RFI=0.923, IFI=0.958, TLI=0.947, CFI=0.958, RMSEA=0.064, \*\*\*p<0.001

용하여 유의성을 검증하였다. 분석 결과, 경로계수와 통계적 유의성은 <그림 2>과 같이 나타났다.

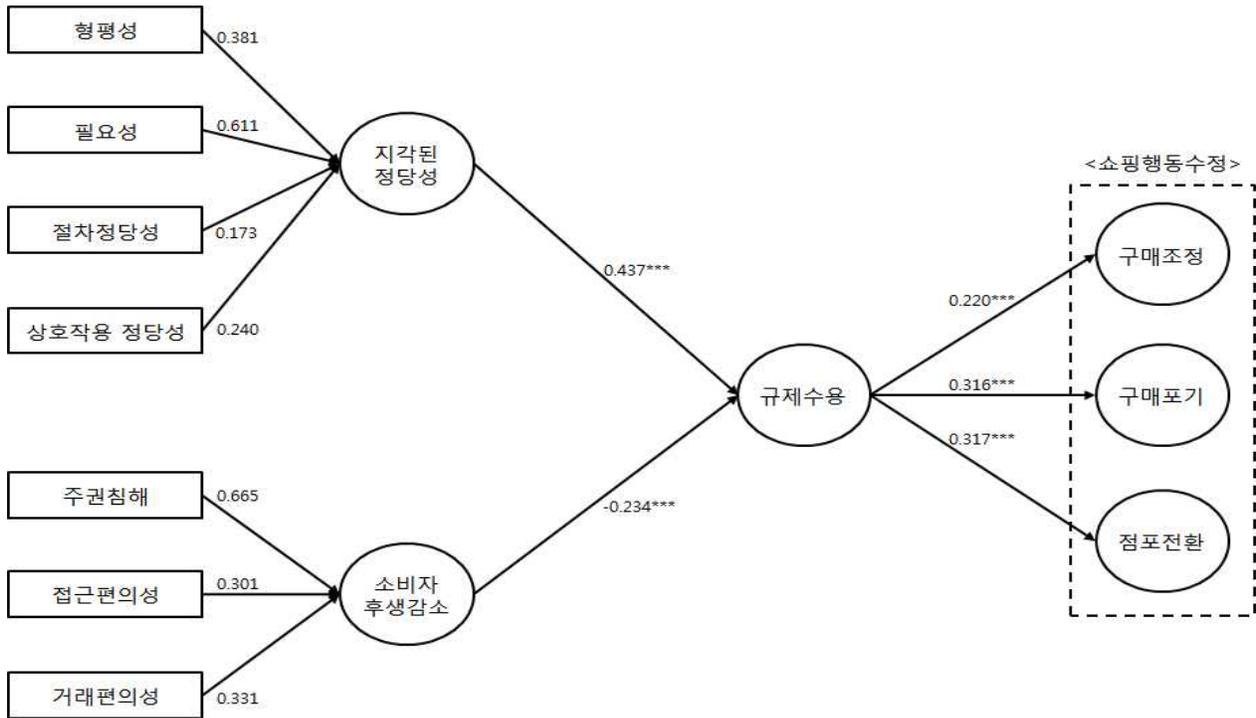
가설 검증 결과는 <표 12>에 제시하였으며, 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

가설1-1, 규제수용이 구매조정에 미치는 영향은 유의성(경로계수=0.220, p<0.001)이 입증되었다. 따라서 영업규제를 수용하는 수준이 높으면 구매조정도 높은 것으로 나타났다.

<표 11> 상관관계분석 결과

	형평성	필요성	절차 정당성	상호작용 정당성	주권침해	접근 편의성	거래 편의성	규제수용	구매조정	구매포기	점포전환
형평성	(0.624)										
필요성	0.236**	(0.567)									
절차 정당성	0.314**	0.363**	(0.647)								
상호작용 정당성	0.272**	0.301**	0.338**	(0.589)							
주권침해	-0.348**	-0.231**	-0.148**	-0.144**	(0.680)						
접근 편의성	-0.119**	-0.419**	-0.150**	-0.092*	0.429**	(0.580)					
거래 편의성	-0.153**	-0.177**	-0.373**	-0.124**	0.318**	0.237**	(0.555)				
규제수용	0.344**	0.446**	0.318**	0.313**	-0.372**	-0.275**	-0.254**	(0.674)			
구매조정	0.081	0.126**	0.098*	0.075	0.033	-0.056	-0.089*	0.220**	(0.715)		
구매포기	0.228**	0.231**	0.324**	0.196**	-0.111*	-0.047	-0.189**	0.316**	0.130**	(0.640)	
점포전환	0.273**	0.259**	0.610**	0.292**	-0.121**	-0.101*	-0.693**	0.317**	0.229**	0.408**	(0.513)

\*p<0.01, \*\*p<0.05  
괄호 안은 AVE 값임



<그림 2> 연구모형 검증

가설1-2, 규제수용이 구매포기에 미치는 영향은 유의(경로계수=0.316, p<0.001)한 것으로 나타나, 영업규제수용 수준이 높으면 구매포기 수준도 높은

것으로 분석되었다.

가설1-3, 규제수용이 점포전환에 미치는 영향은 유의(경로계수=0.317, p<0.001)하게 분석되었다.

<표 12> 가설 검증 결과

경로	직접효과		총효과	
	경로계수	t-value	경로계수	t-value
지각된 정당성 → 규제수용	0.437	13.394	0.437	13.394
소비자 후생감소 → 규제수용	-0.234	8.117	-0.234	8.117
규제수용 → 구매조정	0.220	5.719	0.220	5.719
규제수용 → 구매포기	0.316	7.736	0.316	7.736
규제수용 → 점포전환	0.317	10.280	0.317	10.280
지각된 정당성 → 구매조정			0.096	5.262
지각된 정당성 → 구매포기			0.138	5.881
지각된 정당성 → 점포전환			0.139	7.302
소비자 후생감소 → 구매조정			-0.051	4.812
소비자 후생감소 → 구매포기			-0.074	5.530
소비자 후생감소 → 점포전환			-0.074	5.900

따라서 영업규제수용 수준이 높으면 점포전환도 높은 것으로 나타났다.

가설2, 지각된 정당성이 규제수용에 미치는 영향은 유의(경로계수=0.437,  $p < 0.001$ )한 것으로 나타나, 영업규제의 정당성이 높을수록 규제수용 수준이 높은 것으로 파악되었다. 또한 지각된 정당성은 4개의 조형지표 중 영업규제의 필요성 요인에 가장 영향을 많이 받는 것으로 나타났다.

가설3, 소비자 후생감소가 규제수용에 미치는 영향은 통계적으로 유의하게(경로계수=-0.234,  $p < 0.001$ ) 나타나, 영업규제로 인해 소비자의 후생이 감소될수록 규제수용 정도는 낮은 것으로 드러났다. 그리고 소비자 후생감소는 주권침해 요인에 영향을 가장 많이 받는 것으로 분석되었다.

## V. 결론 및 논의

### 1. 연구의 요약 및 시사점

본 연구의 학문적/실무적 공헌은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 구현된 연구모형은 조형지표를 사용함으로써 소비자가 인식하고 있는 영업규제의 정당성과 후생감소에 영향을 미치는 요인의 영

향력을 분석하도록 해준다. 또한 각 요인과 규제수용, 쇼핑행동수정의 상대적 영향력을 분석할 수 있다는 점에서 학문적 의의가 있다고 생각된다.

둘째, 본 연구는 가설검증으로 규제의 지각된 정당성은 규제수용에 정(+)의 영향을 미치고 소비자 후생감소는 규제수용에 부(-)의 영향을 미치고 대형 유통점 영업규제에 대한 소비자의 행동수정요인으로 구매일자 조정, 점포전환, 구매포기 모형을 검증하였다.

셋째, 규제정책의 지각된 정당성과 소비자 후생감소에 대한 소비자의 요인별 영향력이 밝혀졌지만, 절차정당성에 대한 낮은 영향력과 소비자의 주권침해에 대한 높은 영향력은 규제개혁이라는 측면에서 보완되어야 한다. 특히, 소비자 후생감소로 인한 규제수용 수준이 낮은 것은 정책의 보완 및 절차적 정당성의 강화가 필요하다고 할 수 있다.

넷째, 영업규제로 소비자 후생이 감소될수록 규제수용의 정도가 낮은 것으로 확인되고 영업규제수용수준이 높으면 구매포기 수준도 높은 것으로 확인되어 규제수용으로 구매포기 현상이 확인되었다. 규제수용으로 점포전환의 효과가 극대화 되어야 하는데 구매포기로 행동수정은 소비위축을 초래한다 할 수 있다.

다섯째, 표본조사이지만 규제이전 소비자들은 식료품 주이용 구매 장소로 대형마트(64.9%)와

SSM(13.7%)을 이용하였으나, 규제이후 대형마트(50.9%)와 SSM(12.9%)은 감소된 것이 확인되었다. 즉, 소비자의 쇼핑행동수정으로 점포전환과 구매포기로 변화됨을 추론된다. 특히 규제옹호론자 입장에서 영업규제를 통한 점포전환의 효과가 확실해야 하는데 구매포기로 소비심리 위축 상황은 우려스러운 결과이다. 연구를 통하여 대형 유통점의 매출에 대한 우려가 입증되고, 소비자의 후생감소가 확인되는 점은 규제를 보완해야 할 필요가 있다.

마지막으로, 이해관계자의 논란과 갈등에 소비자라는 실질적 이해집단인 소비자의 태도와 행동변화를 고려하였다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다. 영업규제의 궁극적인 목적이 소비자 후생증진에 있음을 감안할 때, 소비자의 불편을 증가시키고 실익이 크지 않은 현재의 영업규제 정책은 소비자의 입장을 고려하여 보완되어야 할 것이다.

## 2. 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구의 추가적인 연구사항은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 영업규제의 갈등 당사자인 대형 유통점과 중소유통 점 가운데 대형 유통점의 이용고객만을 대상으로 하였는데, 추후 연구에서는 영업규제 이후 중소유통 점을 이용하는 고객의 태도와 행동변화를 함께 연구한다면 보다 구체적인 대안을 제시할 수 있을 것으로 판단된다.

둘째, 소비자를 대상으로 규제수용과 쇼핑행동 수정을 연구하였다. 영업규제와 관련된 정부, 중소기업, 규제대상인 업계의 반응을 체계적으로 연구하여 대. 중소기업이 상생하는 방안의 연구가 필요하다.

셋째, 대. 중소기업이 상생방안과 함께 이해관계자의 협의에 의한 자율규제 방식의 점진적 도입, 개별 형평성을 고려한 피해를 규제 또는 예방하는 방안 등을 추가적으로 연구하여 규제의 목적도 달성하고 규제도 완화하는 정책적 연구가 필요하다.

논문접수일: 2015. 04. 27.

1차 수정본 접수일: 2015. 06. 25.

게재확정일: 2015. 06. 28.

## 참고문헌

- Adamas, J. S. (1965), *Inequity in Social Exchange*. in L. Berkowitz(ed). *Advances in Experimental Social Psychology*, NY: Academic Press.
- Ahn, Ki Soo(2012), "The Public Interest and Regulation", *European Constitutional Studies*, 12, 459-484.
- Ajzen, I. and Fishbein, M.(1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*: Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Anderson, J. E.(1984), *Public Policy Making(3rd)*. NY: Holt Rinehart and Winston.
- Berry, Leonard L., Seiders, Kathleen. and Grewal, Dhruv(2002), "Understanding service convenience", *Journal of Marketing*, 66(3), 1-17.
- Blodgett, Jeffrey G. and J. Hill, Donna(1997), "The Effects of Distributive, Procedural and Interactional Justice on Postcomplaint Behavior", *Journal of Retailing*, 73(2), 185-210.
- Braithwaite, J.(1993), "Improving Regulatory Compliance: Strategies and Practical Applications in OECD Countries", PUMA Occasional Papers, *Regulatory Management and Reform series No.3*, OECD.
- Brown, Lew G.(1990), "Convenience in Service Marketing",

- Journal of Service Marketing*, 4(1), 53-59.
- Cha, Yong Jin(2005), "Studies on Regulatory Compliance", *Korean Policy Sciences Review*, 9(4), 113-132.
- Chin, W. W. and Newsted, P. R.(1999), "Structural Equation Modeling Analysis with Small Samples Using Partial Least Squares", *In Statistical Strategies for Small Sample Research*, 307-341. R.H. Hoyle (Ed). Sage Publications: Thousand Oaks, CA.
- Cho, Kyung Shik(2009), "The Influence of Service Justice Perceived by the Customer over their Satisfaction and Continuance Intention in the Community", *Korean Association for Public Management*, 23(1), 115-149.
- Choe, Yong Sik(2008), *Factors Affecting the Acceptability of Water Pollution Chongryangje*, Seoul National University, Master's Thesis.
- Choi, Nak Hwan and Kim, Young Ah(2000), "The Effect of Justice Factors and Needs for Cognitions on the Consumer Satisfaction of Company Complaint Handling", *Korean Journal of Business Administration*, 24, 93-117.
- Clemmer, E. C. and Schneider, B.(1996), "Fair Service", In T. A. Swartz, D. E. Bowen, & S. W. Brown (Eds.), *Advances in services marketing and management*, 5, 109-126, Greenwich, CT: JAI Press.
- Deutsch, M.(1975), "Equity, Equality and Need: What Determines which Value Will be Used as the Basis of Distributive Justice?", *Journal of Social Issue*, 31(3), 137-149.
- Han, San-Lin and Lee, Seong Ho(2011), "Effect of Service Convenience on the Relationship Performance in B2B Markets: Mediating Effect of Relationship Factors", *Journal of Channel and Retailing*, 16(4), 65-93.
- Heo, Min Young(2013), "Large Scale Stores Business Regulation and Consumer Welfare", *Korea Consumer Agency*, 1-18.
- Jang, Gwi Ja(1985), "Procedures for Behavior Modification for Children with Autism", *The Korean Society of Special Education*, 6, 137-156.
- Jeong, Jin Wook and Choi, Yoon Jung(2013), "Large Scale Stores Sales Restriction Analysis", *Korea Society for Regulatory Studies Spring Conference*, 261-342.
- Jeong, Se Hui and Jeong, Jin Gyong(2012), "Super Super Markets Regulatory Policy Change through Advocacy Association Analysis of this Model", *Korean Association for Public Management*, 26(1), 23-52.
- Ji, Gwang Seok and Kim, Tae Yoon(2010), "Looking for the Validity of the Regulation", *Korea Public Administration Review*, 44(2), 261-289.
- Kim, Shin(2003), *Utilization of Regulatory Compliance Survey*. Seoul; The Korea Institute of Public Administration.
- Kim, Hyeon Suk, Lee, Su Jin and Lee, Jeong In(2012), "An Effect of Retail Price Regulation on the Social Surplus in the Korean Electricity Market", *Environment & resource*, 21(1), 93-127.
- Kim, Hyo Gi and Sim, Jun Seop(2012), "Determinants of Acceptance of Financial Regulation", *Korean Journal of Policy Analysis and*

- Evaluation*, 22(3), 33-64.
- Kim, Jae Hong and Hong, Seong Jong(1993), "Evaluation and Improvement of Government Regulation," *Korea Economic Research Institute*, 6, 1-131.
- Kim, Jae Keun and Kwon, Gi Heon(2007), "The Study of the Policy Acceptability of Total Water Pollution Load Management Program: Focusing on the Gwangju-city at Han-River", *Journal of Korea Policy Studies*, 16(4), 173-199.
- Kim, Sung Joun and GI Min (2011), "The Acceptance determinants of Local Residents on the Relaxation of Regulation by Local Government", *The Korean Association for Local Government Studies*, 15(1), 143-161.
- Kim, Young, Kim, Jang Hyun, Bae, Il Hyun and Kim, Sung(2012), "The Effects of Diversification Strategy in Convenience Store on Service Convenience and Customer Satisfaction", *Korea Research Academy of Distribution and Management*, 15(4), 5-16.
- Korea Chainstores Association(2014). *The Yearbook of Retail Industry*.
- Lee, Ho Gyu, Lee, Sun Hee and Jang, Myeong Hui(2012), "Factors Affecting the 3D TV Accommodate Resistance", *Korean Journal of Broadcasting & Telecommunications Research*, Fall, 78-111.
- Lee, Jun Gu(2004), *Microeconomics*, Seoul: Epublic.
- Lee, Sung-jin(2004), *Field techniques of behavior modification*, Seoul: Kyoyookbook.
- Lim, Han Na and Yeo, Jung Sung(2010), "An Analysis on Consumer Acceptance of Consumer Safety Regulations", *Journal of Consumer Studies*, 21(1), 135-159.
- Ma, Sang Yeol(2012), "Large Scale Stores Sales Restrictions Meaning and Mutual Development Plans of Small and Medium-sized Retailers", *Gyeongnam Development Institute*, 1-28.
- Mun, Tae Hyeon(2003), "Discourse Theory and The Justification of Public Policy", *The Korean Association for Public Studies*, 12(4), 125-145.
- Sin, Seok Hun(2009), "Super Super Market(SSM) Issues of Legislative Regulation Problem", *Korea Economic Research Institute*, 10, 1-92.
- Sin, Seung Nam(2006), Ability to Cope with this Situation, Service Fairness of the Golf Driving Range and Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty. Yonjin University doctoral Thesis.
- Sim, Young Gyu(2011), "Super Super Market(SSM) Legal Review of International Trade Regulation", *Hanyang Law*, 33, 437-467.
- Suh, Young Gu(2007), "Regulation on Large-Scale Store", *Journal of Channel and Retailing*, 12(5), 1-16.
- Tax, Stephen S., Brown, Stephen W. and Chandrashekar, Murali(1998), "Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing", *Journal of marketing*, 62(2), 60-76.
- Walter, C. and Grabner, John R.(1975), "Marketing Notes and Communication Stockout Cost Model: Empirical Tests in a Retail Situation", *Journal of marketing*, 39(3), 56-68.

## The effect of Regulations of super centers and SSM and consumer shopping behavior modification\*

Han-Hyuk Park\*\*, Dong Il Lee\*\*\*

### ABSTRACT

This study is a proved research about the acceptance of regulation and shopping behavior modification in a consumer's view. The Number of super centers increased by 483 in 2013. In 2013, SSM's store was expanded by 1252 stores.

As a result, Because of Rapid growth of large retailers, The competitiveness of small and medium retailers is losing. On the other hand Super centers. SSM growth was sustained, Which brought up a positive effect that promotes the distribution industry and consumer welfare.

People raised an issue about their profit. Raising needs of regulation upon opening and business of SSM, concentration on supermarket business of large business. Especially, retail distribution law was revised in 2011. Sales regulation by January 2013 Distribution Industry Development Act must be closed off duty must 2 days per month and hours restrictions are enlarged 10:00-24:00 o'clock. A fine was up to 100 million won when the violation limitations and obligations found during the holidays. But closed decision was confirmed to be adjusted between the holidays stakeholder consensus..

As the regulation of Large distribution store began, This study researched consumer's evaluation about perceived legitimacy of business regulations and reducing consumer welfare. Then this study also deduce how the regulations impact on the acceptance, shopping behavior. This study is the perceived legitimacy of equity for the business regulatory factors, the need, justification procedures, interactions and to study the relationship between legitimacy and acceptance of the regulations. And the perceived reduction in consumer welfare factors which infringe the sovereignty of the consumer, and to present the relationship between loss and ease regulatory acceptance.

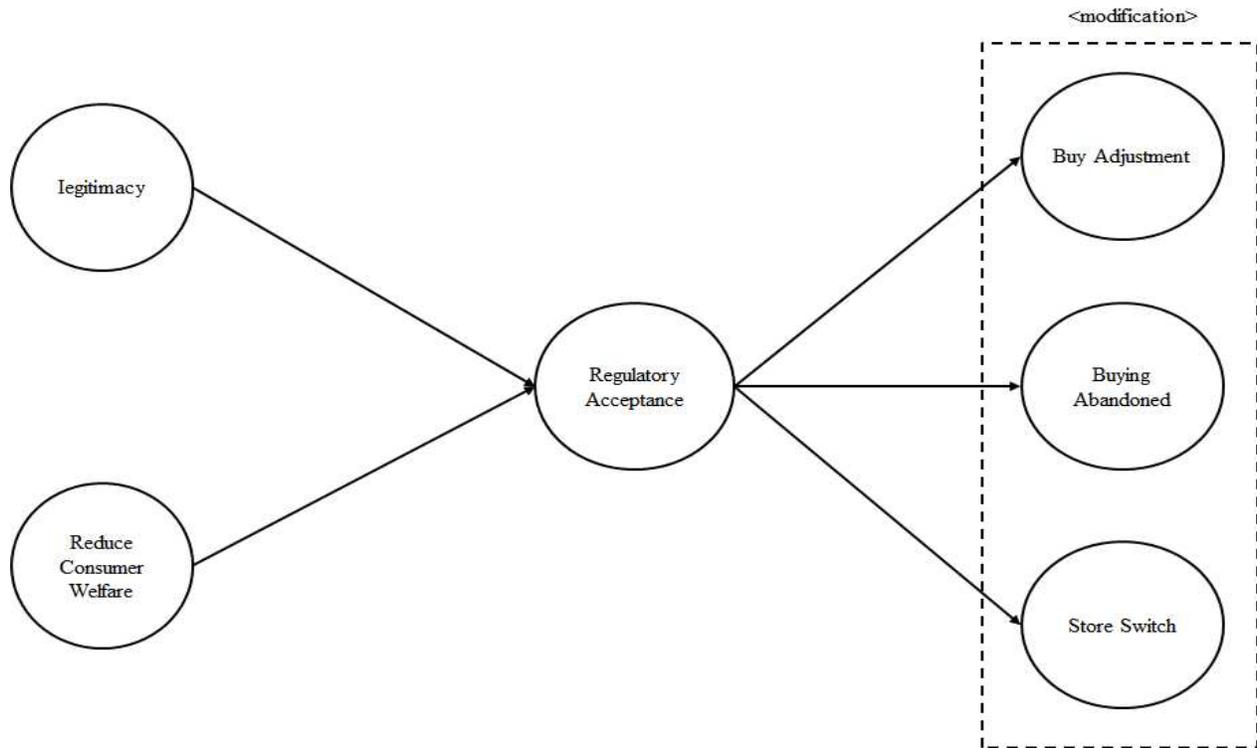
As a result, factors that affect the perceived legitimacy of the regulation that large retailers operating in accordance with regulatory enforcement and reduce consumer welfare and regulatory acceptance, set the research model, such as <Figure 1> to present how they affect shopping behavior modification It was.

---

\* This work is based on the part of the first author's thesis for the Ph.D.

\*\* Ph.D., Sejong University

\*\*\* Professor, School of Business, Sejong University, Corresponding Author



<Figure 1> Research Model

H1. Regulatory acceptance will have a significant impact on shopping behavior modification (Buy adjustment, buying abandoned, the store switch).

H2. Perceived validity will have a positive effect on regulatory acceptance.

H3. Consumer benefits reduction will affect the negative regulatory acceptance.

Hypothesis Testing results were shown in <Table1,Figure2>, referring in detail as follows.

Hypothesis 1-1, the impact on the regulatory acceptance to purchase adjustments significant (path coefficient = .220,  $p < .001$ ) were demonstrated. Therefore this level to accommodate higher sales restrictions also purchase adjustment was higher. Hypothesis 1-2, the impact on regulatory acceptance abandon the purchase is significant (path coefficient = .316,  $p < .001$ ) appear to have, give up buying the business regulatory acceptance level was analyzed by high levels even higher. Hypothesis 1-3, regulatory acceptance significant impact on the stores transition (path coefficient = .317,  $p < .001$ ) that was analyzed. Therefore, the regulatory acceptance level high-store sales also showed a high conversion.

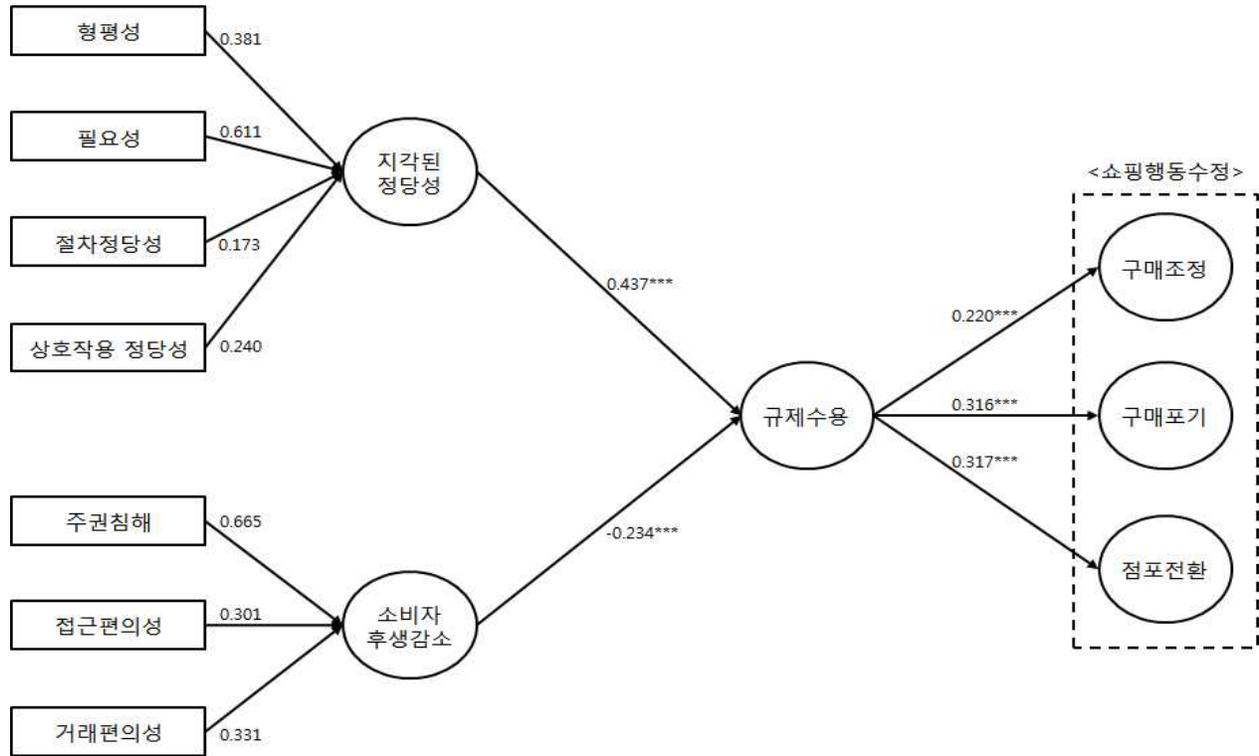
Hypothesis 2, perceived legitimacy significant impact on regulatory acceptance (path coefficient = .437,  $p < .001$ ) appears to have, the higher the legitimacy of business regulation was identified as a high level of regulatory acceptance. In addition, the perceived validity showed that receives a lot of impact on the need for control of the operating factors of the four molding surface.

Hypothesis 3, reduced consumer welfare effects of regulatory acceptance statistically significant (path coefficient = -.234,  $p < .001$ ) as shown, the longer sales due to regulatory restrictions reduce the welfare of consumers revealed that a low degree of acceptance. And reducing consumer welfare recipients were analyzed by the factors most affect the sovereignty infringement.

This study researched about the acceptance of regulation and shopping behavior modification in a consumer's view. Contribution of this study can be summarized in three. First, a study model implemented in the present study allows to analyze the influence of the factors affecting the validity and reduced welfare of operating regulations that is recognized by the consumer view. It is also thought that the academic significance in that it can analyze the relative influence of each factor and regulatory acceptance, shopping behavior modification. Second, this study says that the perceived legitimacy is has a positive effect on regulatory acceptance, While consumer welfare has a negative effect on it. - shopping behavior modification factors- 1, adjusting the date of purchase. 2, verify the store conversion. 3, giving up the model purchased. Finally, When business regulation invades consumer's right and decreases business profit, Current regulatory policies will be supplemented by considering the position of the consumer.

<table 1> Research Model Analysis

Path			Direct Effect		Total Effect	
			Path Coefficients	t-value	Path Coefficients	t-value
legitimacy	→	Regulatory Acceptance	0.437	13.394	0.437	13.394
Reduce Consumer Welfare	→	Regulatory Acceptance	-0.234	8.117	-0.234	8.117
Regulatory Acceptance	→	Buy Adjustment	0.220	5.719	0.220	5.719
Regulatory Acceptance	→	Buying Abandoned	0.316	7.736	0.316	7.736
Regulatory Acceptance	→	Store Switch	0.317	10.280	0.317	10.280
legitimacy	→	Buy Adjustment			0.096	5.262
legitimacy	→	Buying Abandoned			0.138	5.881
legitimacy	→	Store Switch			0.139	7.302
Reduce Consumer Welfare	→	Buy Adjustment			-0.051	4.812
Reduce Consumer Welfare	→	Buying Abandoned			-0.074	5.530
Reduce Consumer Welfare	→	Store Switch			-0.074	5.900



<Figure 2> 연구모형 검증

Keywords: super centers, SSM(Super Super Market), regulation, acceptance of regulation, shopping behavior modification