

화주의 물류서비스 구매의사결정과정 에 관한 연구

† 박창기 · 광규석* · 남기찬*

† 한국해양대학교 대학원, *한국해양대학교 물류시스템공학부 교수,

A study on the Shipper's Decision Making Process of Logistics Service.

Changki Park · † Kyu-Suk Kwak · Kichan Nam***

**Graduate school of National Korea Maritime University, Busan 606-791, Korea*

***Division of Logistics System, National Korea Maritime University, Pusan 606-791, Korea*

요 약 : 이 연구에서는 화주가 물류서비스를 구매할시, 어떠한 과정을 걸쳐서 구매의사 결정이 이루어지는지 또한 신규구매와 재구매와 같이 구매 상황이 다를 경우 어떠한 요인들이 작용하고 영향을 받는지 파악하고자 한다. 화주기업들에게 설문지를 배부하여 자료를 수집하여 회귀분석을 통하여 분석하고, 구조방정식을 사용하여 검증 하였다.

핵심용어 : 구매결정의사, 화주 , 구매상황, 구매행동

1. 서 론

현재 일반적인 개인 소비자의 구매행동 결정에 관한 연구는 다수 이루어지고 있다. 하지만 개인적 구매행동이 아닌 산업에 관련된 제품 서비스를 구매하는 조직적 형태의 구매의사 결정 과정 연구는 다소 부족하다. 특히 원자재, 제품, 완성품 과 같은 형태가 있는 산업 분야에 비해 형태가 존재하지 않는 물류서비스 산업에 관한 연구는(중략).....

2.. 이론적 배경

물류산업의 발전은 국가경제의 고도화에 있어서 결정적인 요소이다. 미국과 유럽 같은 경우 국가 경제에서 물류산업의 비중은 10%이상을 차지하고, 아시아의 주요 국가들도 13% 이상을 차지하고 있다.....(중략).....

2.1 산업재 구매의사결정 과정

화주는 개인 구매자와 달리 컨테이너, 혹은 다량의 화물에 관한 서비스를 구매하는 산업재 구매자의 성격을 가지고 있다. Webste와 Wind 는 산업재 구매의사 결정 과정을 다음과 같이 5단계로 분류하였다.

- (1)욕구의 확인 (2)목적과 세부사항 결정 (3)대안 인식
- (4)대안 평가 (5)공급자 결정 (Webster Jr, 1972)
- (중략)

2.2 산업재 구매행동에 관한 선행연구

2.3 구매등급 이론 (P,J Robinson, C.W. Faris, 1967)

Table 1 구매상황의 구분

	문제의 새로운정도	정보요구량	새로운대안의 고려
신규구매	높음	최대	중요하다
수정재구매	중간	중간	한정된다
단순재구매	낮음	최소	필요없음

3. 연구모형 및 가설 설정

3.1 연구모형 설정

이상에서 살펴본 문헌연구를 통해 연구모형을 설정하고 가설을 설정하여 연구하고자 한다. 구매등급에 이론에 의거 하여 신규구매, 수정 재구매, 단순 재구매로 나누어 각 구매상황에 따라 구매 센터, 평가기준, 구매정보가 어떠한 영향을 받는지 연구하고자 한다.……(중략)……

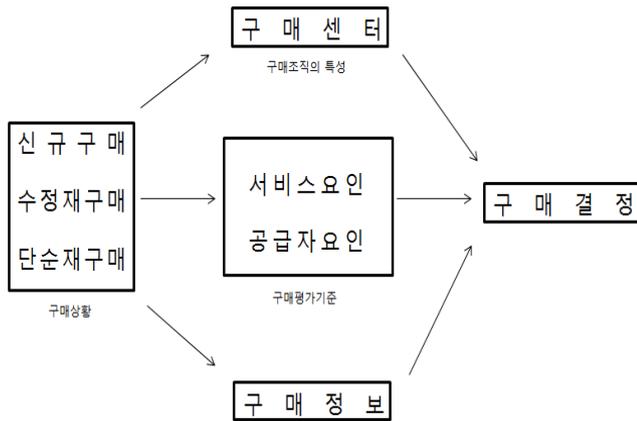


Fig. 4 연구모형

3.2 가설설정

가설 1 : 신규구매일 경우 나머지 다른 구매상황보다 구매센터에 미치는 영향이 더 크게 나타날 것이다.

가설 2 : 구매 평가기준의 중요도는 각 구매상황에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 3 : 구매상황에 따라 구매정보의 인적정보와 비인적/세부정보의 의존도가 서로 상이하게 나타날 것이다.

4. 실증분석

4.1 측정도구 신뢰성 및 타당성

조사한 설문지의 각 항목에 대해 안정성, 일관성 및 예측가능성을 측정하기 위하여 크론바하의 알파(Chronbach'sa) 값을 신뢰도 계수로 이용하였다.…… (중략) ……

4.2 SEM 실증분석

5. 결 론

본 연구의 실증 분석 결과 다음과 같은 사실을 파악 할 수 있었다.……(중략)…….

참 고 문 헌

[1] Webster Jr Frederick E and Yoram Wind(1972) "A general model for understanding organizational buying behavior", The Journal of Marketing : 12-19
 [2] P.J Rpbinson, C.W.Faris & Y.Wind(1967) "Industrial Buying and Creative Marketing "Boston. Allyn & Bacon.
 [3] 권기대·권근원(2004), 마케팅 - 생활사례와 전략적 관점에서, 삼우사
 [4] 유동근·차애영·서승원(2013), 산업마케팅, 한경사