

SNS 사용 만족에 영향을 미치는 요인 연구[†]

(A Study of Factors Influencing the Satisfaction of SNS Use)

이 문 봉*

(Moon-Bong Lee)

요 약 SNS는 인터넷 상에서 공통의 관심사를 지니고 있는 사용자들 간의 관계형성을 지원하고, 이렇게 형성된 지인관계를 바탕으로 인맥관리, 정보 및 콘텐츠 공유 등 다양한 활동을 할 수 있도록 지원하는 서비스를 말한다. 본 연구의 목적은 SNS에서 사용 만족에 영향을 미치는 요인을 파악하는 것이다. 이를 위해 정보시스템 성공 모형과 UTAUT 모형을 기반으로 연구 모형을 설정하여 473명의 대학생들을 대상으로 실증 분석하였다. 분석 결과는 첫째, 성과 기대, 예상 노력, 사회적 영향이 사용 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 촉진 조건과 사용 의도가 사용에 정(+)의 영향을 미쳤지만, 시스템 품질과 정보 품질은 영향이 없는 것으로 나타났다. 셋째, 사용, 시스템 품질, 정보 품질은 만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로, 사용 의도에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 성과 기대로 나타났고, 사용에 가장 큰 영향을 미치는 것은 사용 의도로 나타났으며, 만족에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 정보 품질로 나타났다.

핵심주제어 : UTAUT, SNS, 정보시스템 성공 모형, 만족, 사용, 사용 의도, 성과 기대, 예상 노력, 사회적 영향, 촉진 조건, 시스템 품질, 정보 품질

Abstract Social Network Service is a web-based service that allows the people to construct relationship among users with same interest and supports various activities such as managing personal relations and sharing information or contents. Based on the IS Success Model and UTAUT model, this study examines factors influencing the satisfaction of SNS use. Questionnaires are collected from 473 students who are using the SNS. The results are followings: first, the performance expectancy, effort expectancy and social influence have positive effect on the use intention. Second, the facilitation conditions and use intention have positive effect on the use. Third, the system quality, information quality and use have positive effect on the satisfaction. Fourth, the performance expectancy is the strongest predictor of the use intention, the use intention is the strongest predictor of the use and information quality is the strongest predictor of the satisfaction.

Key Words : UTAUT, SNS, IS Success Model, Satisfaction, Use, Use Intention, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, System Quality, Information Quality

1. 서 론

최근에 각광을 받고 있는 소셜 네트워크 서비스

(Social Network Services; 이하 SNS)는 인터넷을 기반으로 사람과 사람을 연결하고 정보공유, 인맥관리, 자기표현 등을 통해 타인과의 관계를 관리할 수 있는 서비스로서, 개인간 커뮤니케이션을 촉진하고 사회적

* 동의대학교 경영정보학과 (mblee@deu.ac.kr)

네트워크 형성을 가능하게 하여 정보 콘텐츠를 생산, 소유, 공유, 소비하는 공간으로 빠르게 진화하고 있으며, 모바일 혁명을 통해 서비스의 영역이 확산되고 있는 추세이다. Facebook, MySpace, Twitter, Mizi, Cyworld 등과 같은 SNS 사이트는 사용자로 하여금 자유롭게 그룹을 만들거나 기존 그룹에 가입하게 함으로써 유사한 관심을 가진 다른 사람들과 상호 연결할 수 있게 한다[27]. 이러한 관계 형성과 유지를 위한 새로운 장소로써 전 세계 사용자들은 SNS를 이용하고 있다. 미국의 Facebook은 2012년 5월 현재 9억 1천만명의 회원이 가입하고 있으며 계속적으로 회원수가 증가하고 있으며[30], Twitter는 2012년 6월 현재 5억명을 돌파했으며[29], 한국의 Cyworld는 2011년 11월 현재 2천6백만명의 가입수를 확보하였다[11]. 방송통신위원회에 따르면 2011년도 국내 인터넷 이용자의 66.5%(전년대비 0.8% 증가)가 SNS를 사용하고 있는 것으로 나타났으며, 지난해 8.3%보다 약 5배 정도로 급성장하였다. 또한 2012년 1월 중앙선거관리위원회에서 인터넷과 SNS 등을 이용한 선거운동을 상시, 전면 허용하기로 함으로써 SNS는 사회적인 문제를 넘어서 정치적으로도 중요한 이슈가 되고 있는 실정이다. 이러한 상황에서 SNS를 사용하려는 심리학적인 과정을 파악하는 연구나, SNS 사용에 영향을 미칠 수 있는 인지적 혹은 행동적 요인에 관한 연구는 아직까지 부족한 상황이다[16].

본 연구의 목적은 정보시스템 성공 모형과 Venkatesh 등[31]의 기술 수용과 사용의 통합 이론(the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology; 이하 UTAUT)을 적용하여 사용자들의 SNS 사용 만족에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것이다. 정보시스템 분야에서 성과 측정 방법으로 사용자의 지각적인 측면을 측정하는 사용자 만족을 많이 사용하고 있다. 사용자 만족과 관련된 이론 중에서 정보시스템 분야에서는 정보시스템 성공 모형이 많이 사용되어 왔기 때문에 이를 바탕으로 UTAUT와 통합하고자 한다. UTAUT는 정보기술 수용과 관련된 대표적인 이론들을 통합한 모형으로 현재까지 제시된 다른 모형들보다 높은 설명력을 나타내는 것으로 알려졌다[12]. 하지만, 사용자의 수용과 개인적 혹은 조직적 사용 결과를 연결할 수 있는 연구의 필요성이 제기되어[31] 본 연구에서는 탐색적으로 정보시스템 성공 모형에서 제시한 사용자 만족과 사용간의 관계를 확장하여 사용에

영향을 미치는 요인을 UTAUT 모형에서 추가적으로 도출하여 사용자 만족과 수용간의 관계를 분석하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 SNS(Social Network Services)

SNS란 인터넷 상에서 공통의 관심사를 지니고 있는 사용자들 간의 관계형성을 지원하고, 이렇게 형성된 지인관계를 바탕으로 인맥관리, 정보 및 콘텐츠 공유 등 다양한 활동을 할 수 있도록 지원하는 서비스[21]를 말하는 것으로서 기존의 가상 커뮤니티, 블로그 등과 같이 공통의 관심사를 공유하거나 특정한 가상 모임에서 자신의 의견을 게재하고 토론하는 방식의 서비스와 비슷한 의미를 지니고 있다. 이러한 SNS는 사용자 개개인이 중심이 되어 사용자들 간의 관계를 형성하고 사용자들 간의 관계가 축적되어 하나의 네트워크를 형성하게 된다는 점에서 기존의 가상 커뮤니티 서비스와는 차별화된다[3]. 기존의 SNS가 유선 서비스 중심이었다면, 앞으로는 무선(wireless) 또는 모바일 SNS의 형태로 발전하게 될 것은 당연할 것으로 예상되며, 콘텐츠의 생산, 유통, 소비 모두 모바일 기기를 중심으로 이루어질 것으로 전망되고 있다[16].

2.2 기존 연구 검토

SNS와 관련한 기존 연구를 정리하면 <표 1과 같다.

Kim 등[33]은 SNS를 사용하는 동기에 있어 문화적인 차이가 있는지를 분석한 결과 한국 학생의 경우 사회적 지원 목적으로 SNS를 사용하고 미국 학생의 경우 친구 찾기를 목적으로 사용하는 것으로 나타났다. 사용량에 영향을 미치는 동기는 미국은 사회적 지원과 정보 탐색인 반면에 한국은 없었다. 친구수에 영향을 미치는 동기는 미국은 사회적 지원, 정보 탐색, 유희성인 반면에 한국은 친구 찾기였다. SNS에 대한 태도는 미국의 경우 친구 찾기, 유희성, 편의성이 영향을 미친 반면에 한국은 사회적 지원과 편의성이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Kwon and Wen[27]은 확장된 TAM을 이용하여

<Table 1> SNS에 관한 기존 연구 검토

연구자	독립 변수	종속 변수
Kim 등[33]	친구 찾기, 사회적 지원, 정보 탐색, 편의성, 유희성의 동기요인	사용량, 친구수, SNS에 대한 태도
Kwon and Wen[27]	독립 변수는 사회적 정체성, 이타주의, 텔레프레전스	매개변수는 인지된 유용성, 인지된 사용용이성, 인지된 격려, 종속변수는 사용
Lin and Lu[25]	회원 수, 동료 수, 인지된 상호보완성	매개변수는 유용성과 유희성, 종속변수는 지속적 사용의도
윤영선과 이국용[13]	친숙성, 사용성	매개변수는 만족과 이용습관, 종속변수는 충성도
나종연[6]	열성적 활용 소비자, 지식검색 특화 소비자, 정보 확산 소비자, 소극적 정보 획득자, 제한적 활용 소비자, 소비자 유형 분류	없음
방화룡과 권순동[10]	사용자 참여, 사회적 영향, 네트워크 효과, 유용성, 시스템 품질	SNS 이용
박지홍[9]	평판도, 관계적 가치, 지식 품질, 적합성, 개인화, 만족도	지속 의도
Zhong 등[19]	인지 욕구, 혁신성, 멀티태스킹	SNS 사용
Baker and White[28]	태도, 주관적 규범, 인지된 행동통제, 집단 규범, 자존감	매개변수는 사용의도, 종속변수는 사용행동
가명호, 정대울[1]	유희성, 콘텐츠 매력도, 대인효용성	매개변수는 유용성인지, 태도, 만족도, 충족, 종속변수는 재방문
가명호, 정대울[2]	시스템 능력, 정보 적절성, 콘텐츠 가치	매개변수는 사이트 매력도, 고객만족, 종속변수는 고객충성도
Shin[20]	보안, 프라이버시	매개변수는 신뢰, 태도, 종속변수는 의도
이문봉[16]	시스템 품질, 정보 품질	매개변수는 인지된 유용성, 기대일치, 만족, 종속변수는 지속적 사용의도

SNS 사용에 미치는 영향을 분석한 결과 인지된 사용용이성에 사회적 정체성이 영향을 미치지 않고, 인지된 유용성에 이타주의와 텔레프레전스는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

Lin and Lu[25]는 네트워크 외부성(Network externality)과 동기 이론을 바탕으로 지속적 사용의도에 미치는 영향을 분석한 결과 회원수는 유희성에 영향을 미치지 않았고, 회원수와 인지된 상호보완성은 지속적 사용의도에 직접적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 지속적 사용의도에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 유희성으로 나타났다.

윤영선과 이국용[13]은 모바일 SNS 이용자들을 대상으로 만족과 습관이 충성도에 미치는 영향을 실증 분석한 결과, 기존의 이용경험으로부터 형성된 정보기술에 대한 친숙성, 사용성, 만족 그리고 이용습관 모두 충성도에 유의적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한 사용성, 친숙성과 만족이 매개 변수인 이용 습관에 미치는 영향력, 사용성과 친숙성이 매개 변수인 만족에 미치는 영향력, 친숙성이 사용성에 미치는 영향력 모두 유의적으로 나타났다. 특히 기존의 사용 경험으로 인해 사용방법이 일상화되거나 익숙해짐에 따라 형성된 이용 습관이 사용성, 친숙성, 만족이 충성도에 영향을 미치는 과정을 설명함에 있어 중요한 매개변수로 사용될 수 있음을 확인하였다.

나종연[6]은 사용확산모형을 적용하여 소비자의 온라인 소셜 네트워크 활용을 분석한 결과 지식공유서비스가 정보의 획득 등을 위해서는 가장 많이 활용되었고, 정보의 확산과 생산 활동을 위해서는 블로그/미니홈피가 가장 많이 활용되었다. 네트워크 유형별 활용의 다양성과 정도를 토대로 분류된 소비자 유형 5개 집단은 기술관련특성, 동기에 있어 차이가 났으며, 온라인 소셜 네트워크를 이용하는 동기로는 정보적

동기가 가장 중요한 것으로 나타났다.

방화룡과 권순동[10]은 중국 사회 연결망 서비스의 이용에 영향을 미치는 요인들을 중국에 거주하는 20대 대학생들을 대상으로 분석한 결과 유용성이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고, 다음으로 네트워크 효과, 사용자 참여, 시스템 품질 순으로 나타났으며, 사회적 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

박지홍[9]은 SNS 이용자 지속의도에 영향을 미치는 요인을 미국 대학생과 대학원생을 대상으로 분석한 결과 만족도가 가장 유효한 요인이었으며, 지식 품질과 관계적 가치도 유효한 요인으로 나타났지만, 평판도와 개인화는 지속의도에 유효한 영향을 미치지 않고 대신에 만족도에 대한 영향은 유효한 것으로 나타났다.

Zhong 등[19]은 SNS 사용과 개인의 성격간의 관련성을 분석한 결과 인지 욕구가 낮을수록, 정보기술에 대한 혁신성이 높을수록, 멀티태스킹을 많이 할수록 SNS를 많이 사용하였다.

Baker and White[28]는 계획된 행위이론을 기반으로 집단 규범과 자존감을 추가하여 호주 중학생을 대상으로 분석한 결과 사용의도에 영향을 미치는 요인은 태도, 인지된 행동통제, 집단 규범으로 나타났으며, 사용행동에 영향을 미치는 요인은 사용의도로 나타났다.

가명호와 정대율[1]은 기술수용모형과 이용 및 충족이론을 바탕으로 소셜 네트워킹 사이트의 이용욕구충족과 재방문에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과, 유효성, 콘텐츠 매력도, 대인효용성은 유용성인지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 유용성인지, 대인효용성과 태도는 만족도에 영향을 미쳤으며, 태도와 만족도는 사용자의 욕구충족에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 충족은 재방문에 유의적인 영향을 미쳤다. 가명호와 정대율[2]은 중국인을 대상으로 고객충성도에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과, 정보 적절성과 콘텐츠 가치가 사이트 매력도에 직접 영향을 미치며, 이는 다시 고객만족을 통해 고객의 충성도에 간접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 사이트 매력도는 고객만족과 고객충성도에 강력한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Shin[20]은 합리적 행위 이론을 기반으로 태도에 영향을 미치는 요인으로 신뢰를 설정하여 SNS 수용에 대한 보안과 프라이버시의 효과를 검증하였다. 검증 결과는 보안과 프라이버시는 신뢰와 태도에 유의적인

영향을 미쳤으며, 신뢰는 태도에, 태도는 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

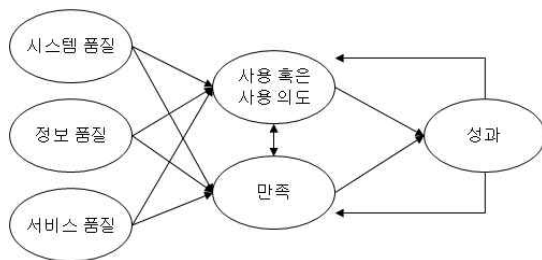
이문봉[16]은 정보시스템 사후-수용 모형과 정보시스템 성공모형을 통합하여 SNS 지속적 사용 의도에 영향을 미치는 요인을 대학생을 대상으로 분석한 결과 지속적 사용의도에 영향을 미치는 요인은 만족과 인지된 유용성의 순으로 중요하게 나타났으며, 만족에 영향을 미치는 주요 요인은 인지된 유용성, 정보 품질, 기대일치, 시스템 품질의 순으로 나타났다. 또한 기대일치의 선행요인으로 시스템 품질과 정보 품질이 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다.

SNS 관련 기존 연구결과에서 만족이 지속적 사용 의도나 충성도의 선행 변수로 중요한 역할을 하고 있는 것으로 나타났지만[1, 2, 9, 13, 16], 만족에 초점을 두고 연구한 논문은 거의 없는 실정이다. 본 연구에서는 만족에 초점을 두고 어떠한 요인들이 사용자들의 SNS 사용 만족에 영향을 미치는지를 정보시스템 성공 모형과 UTAUT 모형을 통해 살펴보고자 한다. 정보시스템 모형은 사용자 만족을 분석하는데 많이 사용되고 있는 모형으로 사용과 만족간의 관계를 논리적으로 설명하고 있으며, UTAUT 모형은 사용자의 기술 수용과 사용을 설명하는 대표적인 모형이다.

2.3 정보시스템 성공 모형

Delone and McLean[26]은 10년 동안 연구자들이 제시한 개념과 정보시스템의 기업내 역할과 관리에 있어서의 변화를 감안하여 전자상거래 환경을 고려한 수정된 정보시스템 성공 모형을 <그림 1>과 같이 제시하였다. 기존 모형에 서비스 품질을 추가하고, 사용의 모호한 성격을 특정 상황에 따라 사용 의도의 개념으로 대체할 수 있고, 개인 성과와 조직 성과를 하나의 성과로 통일하였다[17]. 개념적으로 사용과 만족간의 관계를 살펴보면, 사용자는 정보 시스템을 사용한 다음에 만족이나 불만족을 느끼게 된다. 사용 의도와 만족간의 관계는 만족을 느낀 사용자는 정보 시스템을 사용할 의도가 발생된다고 볼 수 있다. 정보시스템 성공 모형에 의하면 만족에 영향을 미치는 주요 요인은 정보 품질, 시스템 품질, 서비스 품질, 사용이다. 이후 정보시스템에서의 시스템 품질, 정보 품질 그리고 서비스 품질은 사용과 사용자 만족에 유의적인 영향을 미치는 요인이 설명되었다.

시스템 품질은 인터넷 환경에서 전자상거래가 가지고 있는 시스템의 특성으로 정의되며, 시스템 품질의 측정은 정확한 정보를 생산하고 의사소통하는 기술적인 성공을 측정하는 것으로 유통성, 이용성, 신뢰성, 응답시간, 유용성 등으로 측정된다[26]. 이후 연구에서 고객화, 검색용이성, 프라이버시, 보안 등이 추가되었다.



<Fig 1> 수정된 정보시스템 성공 모형

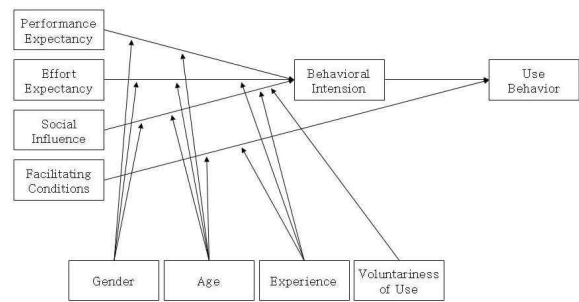
정보 품질은 의도하는 정보가 성공적으로 전달되도록 하는 의미적인 차원에서의 성공을 말한다[26]. 정보 품질에 대한 연구가 이루어진 초기에는 정보의 정확성 측면이나 소프트웨어와 관련된 품질에 대한 사항들이 주로 제시되었으나, 이후 전자상거래와 같은 인터넷 환경에서의 정보 품질에 대한 중요성이 높이 평가되었다. 정보 품질의 측정은 정확성, 관련성, 완벽성, 이해성, 개인화, 다양성, 최신성, 적절성 등의 항목으로 제시되었다.

서비스 품질은 서비스 공급자가 제공하는 전반적인 서비스로서 정보시스템 부서든 공급자든 관계없이 적용되는 것으로 정의된다[26]. 서비스 품질의 측정은 Parasuraman 등[18]에 의해 개발된 SERVQUAL 측정 도구가 폭넓게 사용되고 있다.

2.4 기술 수용과 사용의 통합 이론

Venkatesh 등[31]은 사용자의 기술 수용에 관한 8개의 모형 - 합리적 행위 이론(Theory of Reasoned Action), 기술 수용 모형(Technology Acceptance Model), 기술 수용 모형 II(Technology Acceptance Model II), 동기 모형(Motivational Model), 계획된 행위이론(Theory of Planned Behaviour), TAM과 TPB 통합이론(combined TAM and TPB), PC 이용모델(Model of PC Utilization), 혁신확산 이론(Innovation Diffusion Theory), 사회인지이론(Social Cognitive

Theory) - 에서 사용된 변수를 실제적으로 비교 검토하여 UTAUT 모형을 제안하였다. UTAUT 모형은 <그림 2>와 같이 4개의 핵심 변수인 성과 기대(Performance Expectancy), 예상 노력(Effort Expectancy), 사회적 영향(Social Influence), 촉진 조건(Facilitating Conditions)과, 성별, 연령, 경험, 자발성의 4개 조절 변수로 구성되어 있다.



<Fig 2> UTAUT 모형

성과 기대는 정보시스템 사용이 자신의 직무 성과를 향상시키는데 도움을 줄 것이라고 믿는 정도로 정의되며, 기존의 사용자 수용 관련 모델의 다섯 가지 개념이 성과 기대와 유사하다고 하였다[31]. 다섯 가지 개념은 인지된 유용성(perceived usefulness), 외재적 동기(extrinsic motivation), 직무 적합성(job-fit), 상대적 이점(relative advantage)과 결과 기대(outcome expectations)이다. UTAUT 모델에서는 성별과 연령을 성과 기대와 행동 의도 사이에서 조절 변수로 제시하였다. 실제 모델 검증 결과에서 성과 기대는 행동 의도에 가장 강한 예측 변수로 나타났다.

예상 노력은 정보시스템 사용과 관련된 용이성의 정도로서 정의되며, 다른 모형들로부터 도출된 개념은 인지된 이용용이성(perceived ease of use), 복잡성(complexity), 이용용이성(ease of use)이다[6]. UTAUT 모형에서 성별, 연령, 그리고 경험을 예상 노력과 행동 의도 사이에서 조절 변수로 제시하였다. 실제 모델 검증 결과 예상 노력은 초기에만 행동 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

사회적 영향은 주위의 사람들이 새로운 정보시스템을 사용해야 한다고 믿고 있는 정도로 정의되며, 기존의 이론들에서 사용된 세 가지 유사한 개념은 주관적 규범(subjective norms), 사회적 요인(social factors), 이미지(image)이다[31]. UTAUT 모델에서 성별, 연령,

경험, 자발성은 사회적 영향과 행동 의도 사이를 조절하는 것으로 제안하였다. 기존 모델을 대상으로 실증 분석한 결과, 자발적인 상황에서는 유의적이지 않았지만 강제적 상황에서는 행동 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, UTAUT 모델 검증 결과에서는 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

촉진 조건은 시스템 사용을 지원하기 위한 조직적이고 기술적인 기반구조의 존재를 믿는 정도로 정의되며, 기존 모델에서 사용된 유사한 개념은 인지된 행동 통제(perceived behavioral control), 촉진 조건(facilitating conditions), 적합성(compatibility) 등을 들 수 있다[31]. 촉진 조건은 UTAUT 모델에서 행동 의도에 영향을 미치는 것이 아니라, 사용 행동에 직접적으로 영향을 미치는 것으로 설정되었으며, 연령과 경험은 촉진 조건과 행동 의도의 관계를 조절하는 것으로 제시되었다. 실증 분석 결과 촉진 조건은 직접적으로 사용 행동에 영향을 미치지 않지만, 연령과 경험에 따라 조절 효과가 있는 것으로 나타났다.

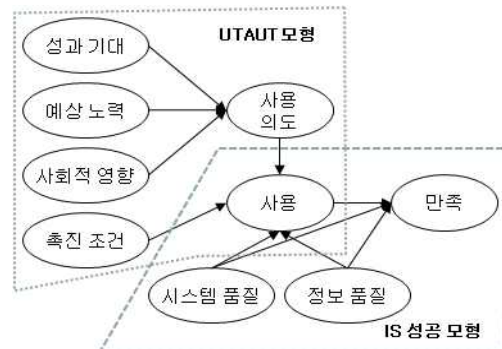
행동 의도는 Venkatesh 등[31]의 연구에서는 구체적으로 정의되지는 않았지만 기존의 연구에서 사용된 문항으로 측정하여 행동 의도가 기술 사용에 중요한 영향을 미칠 것으로 제안하였으며, 검증 결과 직접적인 영향이 있는 것으로 나타났다. 일반적으로 기존의 수용에 관한 연구에서 행동 의도는 TRA를 근거로 특정행동을 수행하기 위한 개인 의지의 정도로 정의된다.

3. 연구 방법

3.1 연구 모형

본 연구의 목적은 사용자들의 SNS 사용 만족에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것이다. 이를 위해 Delone and McLean[26]의 정보시스템 성공 모형과 Venkatesh 등[31]의 UTAUT 모형을 종합하여 <그림 3>과 같은 연구 모형을 설정하였다. 만족에 영향을 미치는 중요한 변수로 정보시스템 성공 모형을 기반으로 사용을 설정하였으며, 사용의 선행 변수는 정보시스템 성공 모형과 UTAUT 모형에서 선정하였다. 정보시스템 성공 모형에서 서비스 품질을 제외한 이유는 방화룡과 권순동[17]의 연구처럼 SNS는 ERP나 인터넷 쇼핑몰과는 달리 서비스 품질의 역할이 중요

하지 않을 것으로 판단되었기 때문이다.



<Fig 3> 연구 모형

3.2 연구 가설

Venkatesh 등[31]은 기존의 8개 이론을 통합하여 UTAUT 모형을 제시하여 성과 기대, 예상 노력, 사회적 영향, 촉진 조건이 행동 의도와 행동에 미치는 영향을 종합적으로 설명하였다. 인터넷 서비스 수용에 대한 오종철[12]의 연구 결과 성과 기대, 예상 노력, 사회적 영향은 이용의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 촉진 조건과 이용의도는 실제 행동에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. MP3 플레이어와 인터넷 बैं킹에 관한 Im 등[22]의 연구 결과, 한국의 경우 성과 기대, 예상 노력, 사회적 영향은 사용 의도에 유의한 영향이 있었으며, 사용 의도와 촉진 조건은 사용에 유의한 영향이 있는 것으로 나타났지만, 미국의 경우는 사회적 영향만 사용 의도에 유의하게 나타났으며, 인터넷 बैं킹 이용에 관한 이동만 등[14]의 연구결과 성과 기대, 사회적 영향은 이용의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 노력 기대는 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그리고 촉진 조건은 한국의 경우에만 이용에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이용 의도는 이용에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Baker and White[28]의 연구결과 집단 규범이 사용 의도에 정(+)의 영향을 미쳤으며, 사용 의도는 사용 행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 성과 기대는 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 가설 2: 예상 노력은 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3: 사회적 영향은 사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4: 촉진 조건은 사용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5: 사용의도는 사용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

또한 Delone and McLean[26]은 정보시스템 성공 모형에서 정보 품질과 시스템 품질이 사용과 만족에 영향을 미칠 것이라고 제시하였다. e-러닝을 대상으로 한 Roca 등[23]과 SNS를 대상으로 한 이문봉[16]의 연구결과 시스템 품질과 정보 품질은 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이문봉과 김종원[17]의 연구 결과 정보 품질과 서비스 품질은 사용자 만족에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 시스템 품질은 사용자 만족에 영향을 미치지 않는 것

<Table 2> 변수의 조작적 정의와 설문 문항

변수	조작적 정의와 설문 문항	항목수	선행 연구
정보 품질	SNS에서 제공하는 정보 품질에 대한 사용자의 인식	4	Roca et al.[23], 이문봉[15]
	SNS 사이트는 사용자에게 방대한 정보에 쉽고 빠른 접속을 제공한다.		
	SNS 사이트에서 제공하는 콘텐츠는 유용하다.		
	SNS 사이트를 사용함으로써 나는 많은 정보를 얻었다.		
시스템 품질	SNS 시스템 품질에 대한 사용자의 인식	3	Delone and McLean[26], 방화룡과 권순동[10], Roca 등[23],
	내가 이용하는 SNS의 속도는 빠른 편이다.		
	내가 이용하는 SNS는 안정적인 편이다.		
	내가 이용하는 SNS는 보안이 잘되어 있는 편이다.		
성과 기대	SNS 사용이 성과를 향상시키는데 도움을 줄 것이라고 믿는 정도	3	Venkatesh 등[31], 오종철[12], Im 등[22], 이동만 등[14]
	SNS를 이용하면 내 생활에 유용하다.		
	SNS를 이용하면 내가 하는 일을 빠르게 할 수 있다.		
	SNS를 이용하면 생산성이 높아진다.		
예상 노력	사용과 관련된 용이성의 정도	3	Venkatesh 등[31], 오종철[12], Im 등[22], 이동만 등[14]
	SNS를 능숙하게 사용하는 쉬운 일이다.		
	SNS를 사용하는 것은 쉽다.		
	SNS를 사용 방법을 배우는 것은 쉽다.		
사회적 영향	주위의 사람들이 SNS를 사용해야 한다고 믿고 있는 정도	4	Venkatesh 등[31], 오종철[12], Im 등[22], 이동만 등[14]
	내 주변 사람들은 나에게 SNS 사용을 권하는 편이다.		
	내가 중요하다고 생각하는 사람은 내가 SNS를 이용하기를 바란다.		
	내 친구들의 권유로 SNS를 이용하는 편이다.		
촉진 조건	SNS 사용을 지원하기 위한 기반구조의 존재를 믿는 정도	3	Venkatesh 등[31], 오종철[12], Im 등[22], 이동만 등[14]
	SNS를 사용하기 위한 기본 장비를 가지고 있다.		
	SNS를 사용하기 위한 기본 지식을 가지고 있다.		
	SNS를 사용하는데 있어 별다른 어려움은 없다.		
사용 의도	현재 또는 미래에 SNS를 이용할 의도나 계획	3	Venkatesh 등[31], Shin[20], Im 등[22], 이동만 등[14], 김수연 등[5]
	앞으로 SNS를 이용하게 될 것 같다.		
	앞으로 SNS를 이용할 계획이다.		
	앞으로 더 적극적으로 SNS를 이용할 계획이다.		
사용	SNS를 사용하는 정도	1	오종철[12], Im 등[22], 이동만 등[14]
	SNS를 얼마나 자주 사용하고 있나요?		
만족	SNS 사용에 대해 사용자가 느끼는 감정	4	이문봉[16], 가명호와 정대율[2]
	나는 내가 활동하고 있는 SNS 사이트에 만족한다.		
	내가 활동하고 있는 SNS와의 경험은 아주 유쾌하다.		
	SNS 사이트는 나의 욕구를 충족시켜 준다.		
	나는 SNS를 사용하면 기분이 좋았다.		

으로 나타났다. 김상현과 박현선[4]의 연구결과 시스템 품질 변수인 안정성과 편리성은 사용자 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 정보 품질 변수인 적시성, 정확성, 유희성은 사용자 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 방화룡과 권순동[10]의 연구 결과 시스템 품질은 사용에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 박준규와 정대율[8]의 연구결과 시스템 품질인 신뢰성, 유연성 그리고 접근성은 사용자 만족에 긍정적인 영향을 미치고, 정보품질인 내용성과 표현성은 사용자 관여에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 사용자 관여는 사용자 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 이러한 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- 가설 6: 시스템 품질은 사용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 7: 정보 품질은 사용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 8: 시스템 품질은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 9: 정보 품질은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 10: 사용은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의

본 연구에서는 SNS 사용 만족에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위하여 UTAUT 모형과 정보시스템 성공모형을 기반으로 하였다. <그림 3>의 연구모형에서 제시된 각 요인들을 측정하기 위한 변수의 조작적 정의와 관련 참고문헌을 정리하면 <표 2>와 같다. 각 요인은 1~4개의 측정문항으로 구성되어 있으며, 각 측정문항은 리커트 7점 척도를 이용하여 측정하였다. 사용의 경우 Im 등[22]의 연구와 유사하게 '① 사용하지 않음 ② 한달에 한번 ③ 한달에 2-3번 ④ 일주일에 1-2번 ⑤ 일주일에 3-4번 ⑥ 일주일에 5-6번 ⑦ 매일'으로 측정하였다.

4. 결과 분석

4.1 자료 수집과 표본 특성

본 연구에서 제안한 모형을 검증하기 위해 설문조사 방식을 사용하였다. 이론적 배경에서 살펴보았던 선행 연구를 참조하여 설문 항목을 작성하여 부산지역 대학생에게 550부의 설문지를 배포하였다. 설문은 2012년 5월 14일부터 6월 3일까지 3주 동안 실시하였다. 수집된 설문 중에서 일차적으로 SNS를 사용하고 있지 않거나 불성실하게 응답한 설문을 제외한 다음 SPSS 18.0을 이용하여 측정 항목별로 데이터의 정규성(normality)과 극단치(outlier)를 검사하였다. 최종적으로 473부의 설문을 확보하여 분석하였다.

인구통계학적 분석 결과, 총 473명 중에서 남성이 262명(55.4%), 여성이 211명(44.6%)이었으며, 학년별로는 1학년 10명(2.1%), 2학년 85명(18.0%), 3학년 205명(43.3%), 4학년 173명(36.6%)로 나타났다. 그리고, 가장 많이 사용하고 있는 SNS는 응답자의 62.8%인 297명이 Facebook을 사용하고 있다고 응답했으며, 128명(27.1%)이 Cyworld로 응답하였다.

4.2 측정 모형 분석

측정 모형을 분석하기 위해 본 연구에서 사용된 측정 항목들에 대한 집중 타당성(convergent validity), 내적 일관성(internal consistency), 그리고 판별 타당성(discriminant validity)에 대해 살펴보았다. Amos 20.0을 이용하여 확인적 요인 분석(confirmative factor analysis)을 2번에 걸쳐 실시하였고, 첫 번째 분석에서 문제가 있는 2개 문항을 제외한 최종 결과는 <표 3>과 같다.

첫째, 집중 타당성은 개별 측정항목의 신뢰성을 통해 파악할 수 있다. 개별 측정항목이 신뢰성을 가지기 위해서는 요인 적재량이 0.6 이상이어야 한다[24]. 시스템 품질을 측정한 항목(sq3)의 경우 요인 적재량이 0.38로 나타나 제외하였으며, 나머지 항목들은 <표 3>과 같이 요인 적재량이 0.6이상으로 나타났다.

둘째, 내적 일관성의 평가는 합성 신뢰성(Composite Reliability: CR)과 평균 분산 추출(Average Variance Extracted: AVE)을 바탕으로 판단하였다. 합성 신뢰성이 0.7 이상의 값을 갖고, 평균분산추출이 0.5 이상이면 신뢰성이 있다고 판단된다[32]. 사회적 영향을 측정할 항목(si3)은 요인 적재량은 0.7로 나타났지만, 포

<Table 3> 확인적 요인분석 결과

변수명		요인 적재량	CR	AVE	Cronbach' Alphah
성과 기대(PE)	pe1	0.78	0.77	0.52	0.86
	pe2	0.85			
	pe3	0.83			
예상 노력(EE)	ee1	0.81	0.81	0.59	0.88
	ee2	0.91			
	ee3	0.83			
사회적 영향(SI)	si1	0.89	0.79	0.55	0.88
	si2	0.87			
	si3	-			
	si4	0.77			
촉진 조건(FC)	fc1	0.67	0.77	0.52	0.84
	fc2	0.83			
	fc3	0.88			
시스템 품질(SQ)	sq1	0.79	0.71	0.51	0.77
	sq2	0.79			
	sq3	-			
정보 품질(IQ)	iq1	0.63	0.82	0.53	0.86
	iq2	0.78			
	iq3	0.87			
	iq4	0.82			
사용 의도(UI)	ui1	0.94	0.87	0.69	0.91
	ui2	0.96			
	ui3	0.78			
만족 (SAT)	sat1	0.80	0.82	0.54	0.87
	sat2	0.82			
	sat3	0.75			
	sat4	0.78			

함할 경우 평균 분산 추출이 0.48로 낮게 나와 제외하였다. 명목 척도로 측정된 사용을 제외한 나머지 8개 잠재변인들은 <표 3>과 같이 합성 신뢰성이 0.7 이상이고, 평균 분산 추출 역시 0.5 이상으로 신뢰성이 확보되었으며, Cronbach's Alpha 역시 0.7 이상으로 나타났다.

셋째, 판별 타당성은 각 요인의 평균 분산 추출의 제공근이 다른 요인들과의 상관관계보다 큰 값을 가지면 된다. <표 4>에 제시하였듯이, 모든 평균 분산 추출의 제공근은 모든 다른 교차 상관관계보다 큰 값을 가지기 때문에 판별 타당성이 충족되었다.

4.3 가설 검증

본 연구의 목적인 SNS 사용 만족에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 설정한 가설을 검증하기 위해 PRELIS 2.0과 LISREL 8.3 을 이용하였다. 연구 모형을 기반으로 측정변수와 잠재변인을 정하고 측정모형

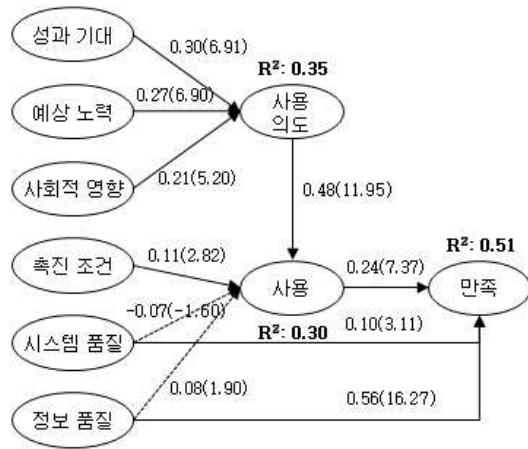
<Table 4> 변수들간의 상관 관계

	PE	EE	SI	FC	SQ	IQ	UI	SAT
PE	0.72							
EE	0.37	0.77						
SI	0.47	0.24	0.74					
FC	0.24	0.51	0.19	0.72				
SQ	0.31	0.23	0.23	0.28	0.72			
IQ	0.59	0.34	0.37	0.29	0.39	0.73		
UI	0.49	0.43	0.42	0.42	0.28	0.54	0.83	
SAT	0.62	0.35	0.40	0.29	0.35	0.68	0.59	0.73

* 대각 행렬에 있는 값들은 AVE의 제곱근 값임.

을 분석한 결과를 바탕으로 잠재변인의 상관행렬을 이용하여 구조 모형에 대한 통계분석을 하였다. 연구 모형에서 설정된 사용이라는 매개 변수는 다른 변수와 달리 명목 척도이기 때문에 특수한 상관행렬이 필요하다[7]. PRELIS 2.0을 이용하여 등간 척도간의 상관인 Pearson 계수값과 명목 척도와 등간 척도간의 상관인 Polyserial 계수값을 도출하였다. 일반적인 상관행렬의 경우와는 달리 특수한 상관행렬을 분석하기 위해서는 LISREL을 이용해야 하는 것으로 알려져 있다[7]. 연구 모형을 분석한 결과 모형의 적합도 지수는 양호한 것으로 나타났다. 구체적으로 Chi-Square를 자유도로 나눈 값이 2.59로 일반적으로 요구되는 Chi-Square가 자유도의 3배 이하가 되어야 한다는 조건을 충족시켰다. 일반적인 적합도 지수에 있어서도 GFI 0.93(권장수용기준 : ≥ 0.90), AGFI 0.73(권장수용기준 : ≥ 0.80), NFI 0.91(권장수용기준 : ≥ 0.90), CFI 0.90(권장수용기준 : ≥ 0.90) 등으로 분석되었으며, 권고하는 적합도 지수인 RMR 값은 0.074(권장수용기준 : ≤ 0.08)로 나타나 AGFI를 제외하고는 전반적인 연구 모형의 설명력은 양호한 것으로 나타났다. 구조모형의 경로계수 검증에는 유의수준 0.05를 기준으로 실시하였으며, 분석 결과는 <그림 4>와 같이 유의하지 않은 경로는 점선으로, 유의한 경로는 실선으로 표시하였다. 모형의 설명력을 나타내는 R² 값은 사용 의도 0.35, 사용 0.30, 만족 0.51로 나타났다.

성과 기대가 사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 1은 T값이 6.91로 유의수준 0.01에서 채택되었다. 예상 노력이 사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 2는 T값이 6.9로 유의수준 0.01에서 채택되었다. 사회적 영향이 사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 3은 T값이 5.2로 유의수준



<Fig 4> 가설 검증 결과

0.01에서 채택되었다. 촉진 조건이 사용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 4는 T값이 2.82로 유의수준 0.01에서 채택되었다. 사용 의도가 사용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 5는 T값이 11.95로 유의수준 0.01에서 채택되었다. 시스템 품질이 사용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 6은 T값이 -1.6으로 기각되었다. 정보 품질이 사용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 7은 T값이 1.9로 기각되었다. 시스템 품질이 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 8은 T값이 3.11로 유의수준 0.01에서 채택되었다. 정보 품질이 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 9는 T값이 16.27로 유의수준 0.01에서 채택되었다. 사용이 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 10은 T값이 7.37로 유의수준 0.01에서 채택되었다.

5. 결론

본 연구의 목적은 사용자들의 SNS 사용 만족에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것이다. 이를 위해 정보 시스템 성공 모형과 UTAUT 모형을 기반으로 만족에 영향을 미치는 선행 변수를 선정하여 실제 SNS를 사용하고 있는 대학생을 대상으로 실증 분석하였다. 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 사용 의도에 유의적인 영향을 미치는 요인은 UTAUT 모형에서 제시한 성과 기대, 예상 노력, 사회적 영향으로 나타났다. 성과 기대는 기존 연구 결과 [12, 14, 22]와 동일하게 SNS를 이용하여 업무를 처리

하는 것이 기대하는 성과가 더 높다고 인지할수록 SNS 이용 의도가 높아진다는 것을 알 수 있다. 예상 노력은 온라인 게임과 e-러닝을 대상으로 한 연구 결과 [12]와 MP3 플레이어와 인터넷 बैं킹을 대상으로 한 연구 결과 [22]와 동일하게 SNS 사용과 관련하여 쉽고 인지할수록 사용 의도가 높아짐을 알 수 있다. 사회적 영향은 기존 연구 결과 [12, 14, 22]와 동일하게 SNS 사용 의도는 개인의 심리적인 요소뿐만 아니라 외부 환경 요인, 즉 타인의 영향과 주변 환경의 영향을 많이 받는 것을 알 수 있다. 사용 의도에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 경로 계수가 0.34(T값 8.09)인 성과 기대로 나타났다.

둘째, 사용에 유의적인 영향을 미치는 요인은 촉진 조건과 사용 의도로 나타났고, 시스템 품질과 정보 품질은 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 기존 연구 결과 [12, 14, 22]와 동일하게 SNS 사용할 수 있는 기반 시설이 있다고 믿는 촉진 조건이 높을수록 실제 사용으로 이루어진다는 사실을 본 연구에서 다시 확인하였다. 또한 기존 연구 결과 [5, 12, 14, 22, 31]처럼 SNS를 현재 또는 미래에 사용하려는 의도는 실제 사용으로 이어짐을 확인하였다. 시스템 품질과 정보 품질이 사용에 영향을 미치지 못한 이유는 SNS 사용자들의 사용 빈도에 있어서 SNS에서 제공하는 시스템과 정보 품질의 차이를 크게 인지하지 못하고 있기 때문이라고 판단된다. 사용에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 경로 계수가 0.50(T값 12.63)인 사용 의도로 나타났다.

셋째, 만족에 유의적인 영향을 미치는 요인은 시스템 품질, 정보 품질, 그리고 사용이었다. 기존 연구 결과 [16]와 동일하게 사용자가 SNS의 시스템과 정보 품질을 높게 인지할수록 보다 더 만족한다는 것을 의미한다. 그리고 기존 연구 결과 [13]처럼 사용이 만족에 유의적인 영향을 미치는 요인으로 파악되었다. 만족에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 경로 계수가 0.58(T값 16.88)인 정보 품질로 나타났다.

본 연구의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 처음으로 정보시스템 성공 모형과 UTAUT 모형을 통합하여 사용과 만족에 영향을 미치는 요인을 분석하였다는 것이다. SNS의 지속적 사용의도에 중요한 선행 변수인 만족을 핵심 요인으로 설정하여 만족의 선행 변수인 사용에 영향을 미치는 요인을 UTAUT 모형과 정보시스템 성공 모형에서 선정하여 두 개 모형의 통합을

처음으로 시도하였다는데 연구의 의의가 있다. 둘째, SNS를 대상으로 UTAUT 모형을 확장하여 실증적으로 분석한 연구라는 것이다. UTAUT 모형은 정보기술의 수용과 사용 통합 모형으로 인터넷 뱅킹, 인터넷 서비스, MP3 플레이어 등을 대상으로 많은 연구가 있었지만, 본 연구에서는 SNS에 적용시켜 모델의 활용 범위를 넓혔고, 사용의 결과 변수로 만족을 설정하였다는데 의의가 있다. 셋째, 사용, 시스템 품질, 정보 품질 중에서 정보 품질이 만족에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 나타났기 때문에 SNS 사이트 관리자는 정보 품질에 각별히 유의하여 사용자들이 만족할 수 있고, 지속적으로 사용할 수 있도록 유용하고 시의적절한 정보를 제공하여야 할 것이다. 특히 정보통신기술의 발달과 함께 모바일 SNS 사용자는 더욱 확대될 것이므로[2, 16] SNS에서 제공하는 정보 역시 모바일에 적합하도록 변환되어야 할 것이다.

본 연구의 한계점 및 향후 연구 과제를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 표본 선정에 한계가 있었다. 본 연구는 SNS를 실제 사용하고 있는 대학생들을 대상으로 했지만, SNS는 대학생 뿐만 아니라 직장인이나 주부 등과 같이 다양한 계층의 사람들이 사용하고 있다. 따라서, 본 연구의 결과를 일반화하는 데는 한계가 존재한다. 향후에는 다양한 집단별로 구분하여 사용 만족에 미치는 영향 관계를 분석하는 연구도 필요할 것이다. 둘째, 정보시스템 성공 모형과 UTAUT 모형을 연결한 매개 변수 사용이라는 변수를 사용 빈도뿐만 아니라 척도화하여 측정하였다는 것이다. 비록 기존 연구[12, 14, 22]에서 사용을 했지만, 하나의 모형이 아니라 2개 모형을 통합하는 중요한 역할인 변수일 경우 전체 모형에도 상당한 영향을 미칠 수 있기 때문에 명확한 조작적 정의와 세심한 측정이 필요할 것으로 판단된다. 추후 연구에서는 이를 보다 명확히 측정할 수 있는 설문 항목을 이용하여 연구할 필요가 있다고 판단된다. 셋째, 본 연구는 횡단 연구를 실시하였기 때문에 향후 연구에서는 시계열 자료를 이용한 종단 연구를 실시하여 모형에서 제시하는 요인들이 사용 만족에 어떻게 영향을 미치는지를 분석할 필요가 있다. 넷째, 동일한 SNS라고 할 지라도 사용자별로 사용하는 목적이 다를 수 있기 때문에[33] 향후 연구에서는 사용 목적에 따라 만족에 영향을 미치는 요인이 차이가 있는지를 분석할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- [1] 가명호, 정대율, "소셜 네트워킹 사이트의 이용과 재방문에 관한 실증적 연구", 인터넷전자상거래연구, 제10권, 제4호, pp. 193-219, 2010.
- [2] 가명호, 정대율, "소셜 네트워킹 사이트의 e-고객 충성도에 관한 실증연구", 정보시스템연구, 제19권, 제2호, pp. 1-21, 2010.
- [3] 고상민, 황보환, 지용구, "소셜 네트워크 서비스와 온라인 사회적 자본 : 한국과 중국 사례를 중심으로", 한국전자거래학회지, 제15권, 제1호, pp. 103-118, 2010.
- [4] 김상현, 박현선, "모바일 애플리케이션의 품질이 사용자 만족과 애플리케이션 지불의도에 미치는 영향", 정보시스템 연구, 제20권, 제3호, pp. 81-109, 2011.
- [5] 김수연, 이상훈, 황현석, "스마트 기기 상에서의 소셜 네트워크 게임의 사용자 수용 연구: 확장된 기술수용모형", 한국산업정보학회논문지, 제16권, 제5호, pp. 173-184, 2011.
- [6] 나준영, "사용확산모형을 적용한 소비자의 온라인 소셜 네트워크 활용에 대한 연구", 소비자학연구, 제21권, 제2호, pp.443-472, 2010.
- [7] 동상옥, Study on the structural equation modeling for non-normal data, 동의대학교 박사학위 논문, 2012.
- [8] 박준규, 정대율, "조선산업에서 협업시스템의 성공 요인에 관한 연구", 정보시스템연구, 제21권, 제1호, pp. 19-46, 2012.
- [9] 박지홍, "사회네트워킹 사이트 이용자 지속의도에 영향을 미치는 요인에 관한 탐구", 정보처리학회지, 제25권, 제4호, pp. 205-226, 2008.
- [10] 방화룡, 권순동, "중국의 사회 연결망 서비스 이용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구", Journal of Information Application & Management, 제16권, 제2호, pp. 45-63, 2009.
- [11] 스포츠서울, <http://news.sportsseoul.com/read/it/992321.htm>
- [12] 오종철, "인터넷 서비스 수용의 영향요인: UTAUT 모형에 대한 재평가", 경영학연구, 제39권, 제1호, pp. 55-79, 2010.
- [13] 윤영선, 이국용, "모바일 SNS 이용만족과 습관이

- 충성도에 미치는 영향”, 한국전자거래학회지, 제15권, 제4호, pp. 123-142, 2010.
- [14] 이동만, 립계화, 장서희, “UTAUT 이론을 기반으로 한 인터넷뱅킹의 이용에 영향을 미치는 요인: 한국과 중국의 비교연구”, 정보시스템 연구, 제19권, 제4호, pp. 111-136, 2010.
- [15] 이문봉, “e-Learning 플로우가 학습성파에 미치는 영향”, 한국산업정보학회논문지, 제15권, 제1호, pp. 85-94, 2010.
- [16] 이문봉, “SNS에서 지속적인 사용 의도에 영향을 미치는 요인 연구”, 한국산업정보학회논문지, 제16권, 제5호, pp. 151-161, 2011.
- [17] 이문봉, 김종원, “e-Learning 시스템의 성공요인에 대한 탐색적 연구”, 정보시스템연구, 제15권 제4호, pp. 171-188, 2006.
- [18] A. Parasuranam, V. A. Zeithaml and L. L. Berry, “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,” *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, pp. 12-40, 1988.
- [19] B. Zhong, M. Hardin and T. Sun, “Less Effortful Thinking Leads to More Social Networking? The Associations Between the Use of Social Network Sites and Personality Traits”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, pp. 1265-1271, 2011.
- [20] D. H. Shin, “The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption”, *Interacting with Computers*, Vol. 22, pp. 428-438, 2010.
- [21] D. M. Boyd and N. B. Ellison, “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, No. 1, pp. 210-230, 2007.
- [22] Il Im, Seongtae Hong and M. S. Kang, “An International Comparison of Technology Adoption Testing the UTAUT model,” *Information & Management*, Vol. 48, pp. 1-8, 2011.
- [23] J. C. Roca, C. M. Chiu and F. J. Martinez, “Understanding e-learning Continuance Intention: An Extention of the Technology Acceptance Model”, *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol. 64, pp. 683-696, 2006.
- [24] J. Hair, R. Anderson and R. B. Tatham, *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, 1998.
- [25] Kuan-Yu Lin and Hsi-Peng Lu, “Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, pp. 1152-1161, 2011.
- [26] M. H. DeLone and E. R. McLean, “The DeLone and McLean Model of Information System Success: A ten-year Update”, *Journal of Management Information Systems*, Vol. 19, No. 4, pp. 9-30, 2003.
- [27] O. Kwon and Y. Wen, “An Empirical Study of the Factors Affecting Social Network Service Use”, *Computers in Human Behavior* Vol. 26, pp. 254-263, 2010.
- [28] R. K. Baker and K. M. White, “Predicting adolescents’ use of social networking sites from an extended theory of planned behaviour perspective”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 26, pp. 1591-1597, 2010.
- [29] SemioCast, <http://techtit.co.kr/8350>
- [30] Socialbakers, <http://www.socialbakers.com/blog/554-facebook-hits-488-million-mobile-users-infographic/>
- [31] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View,” *MIS Quarterly*, Vol. 27, pp. 425-478, 2003.
- [32] W. W. Chin, “Issue and Opinions on Structural Equation Modeling,” *MIS Quarterly*, Vol.22, No.1, pp. 7-16, 1998.
- [33] Yoojung Kim, Dongyoung Sohn and S. M. Choi, “Cultural difference in motivations for using social network site: A comparative study of American and Korean college students”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, pp. 365-372, 2011.



이 문 봉 (Moon-Bong Lee)

- 연세대학교 경영학과
- 연세대학교 경영학석사
- 연세대학교 경영학박사, MIS 전공
- 동의대학교 경영정보학과 교수

• 관심분야 : 정보시스템 성과, 클라우드 컴퓨팅, e-러닝, ERP, SNS

논문 접수 일 : 2012년 07월 19일

1차수정완료일 : 2012년 09월 06일

게재확정일 : 2012년 09월 20일