

한국과 중국 SNS 이용자의 지속적 이용의도의 영향요인에 관한 비교 연구: 확장된 기술준비도수용모형을 중심으로

윤성준
경기대학교 경영학과 교수

오종철
안산대학교 경영학과 부교수

A Comparative Study on the Influencing Factors of Continuous Use Intention of Korean and Chinese SNS Users: Focused on the Technology Readiness and Acceptance Model

Sung-Joon Yoon^a, Jong-Chul Oh^b

^aDepartment of Business Administration, Kyonggi University, South Korea

^bDepartment of Business Administration, Ansan University, South Korea

Received 30 November 2018, Revised 17 December 2018, Accepted 26 December 2018

Abstract

The purpose of this study is to verify the extended technology readiness and acceptance model according to the characteristics of technology for the continuous use motive of SNS users. In particular, we conducted a comparative study on the differences in technology readiness and acceptance model between countries through the empirical analysis of the users of SNS in Korea and China with different technological and cultural environments. The results of this study are as follows; First, Positive technology readiness index has a positive effect on performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions, which are variables of UTAUT. Positive technology readiness also has a positive effect on Enjoyment, which is added in this study. Second, negative technology readiness index has negative effect on performance expectancy and social influence, which are variables of UTAUT. In addition, negative technology readiness index has not a significant effect on enjoyment, which was added in this study. Finally, the relationship between technology readiness index, motivation for technology acceptance, and continuously intention to use has a partially different influence on the Korean and Chinese users. Based on the results of this study, this study suggested academic implications and practical implications.

Keywords: Social Network Service, Technology Readiness and Acceptance Model, Technology Readiness Index, UTAUT

JEL Classifications: C12, C83, D40, L15

^a First Author, E-mail: yoons@hanafos.com

^b Corresponding Author, E-mail: drpeter@ansan.ac.kr

I. 서론

정보기술이 발전하면서 사회경제적으로 많은 부분들이 빠르게 변화하고 있다. 특히 웹 2.0의 등장과 네트워크 기술의 발전은 인간관계 형성의 장을 현실의 공간에서 가상의 공간으로 이동시켰다. 즉, 인터넷이 사람과 사람을 이어주는 교류의 공간으로 부각되면서 사회적 관계의 패러다임을 변화시켜 관계형성을 돕는 여러 서비스들이 생겨났는데 이러한 서비스를 소셜 네트워킹 서비스(SNS)라고 한다. 전 세계 소셜 네트워크 이용자는 2017년에 24.6억 명으로 전년에 비해 7.9%증가하였으며, 향후 연 5.3%씩 증가하여 2021년에 30억 명에 달할 것으로 예측된다. 국가별로 살펴보면 중국의 성장속도가 가장 빠른 것으로 나타나 2017년 기준으로 약 5억 9천만 명의 SNS 이용자수를 기록하였으며 이는 전 세계 SNS이용자의 약 24.2%를 차지하는 숫자이다(Yoo Sun-Sil, 2017). 한국은 2017년 기준으로 SNS이용자수는 3천 600만 명으로 소폭 상승하고 있으나 이용자수의 증가보다 새로운 유형의 서비스 등장으로 SNS의 이용률은 크게 증가하는 추세이다(KISA, 2017). 이처럼 SNS의 이용이 전세계적으로 빠르게 증가하는 이유는 초기 SNS는 pc를 이용하여 텍스트로 구성된 정보만을 게시하여 다른 사람들과 공유할 수 있었으나, 최근 모바일 기기를 통해 이미지나 영상 등 다양한 멀티미디어 콘텐츠를 공유하도록 지원하게 되면서 서비스이용이 더욱 증가하고 있다.

그러나 본 연구에서는 SNS의 지속적 이용에 대한 한국과 중국 간 상호 비교를 통하여 양국의 SNS의 지속적 이용에 영향을 미치는 요인 간 어떠한 차이가 있는지에 대하여 분석하고자 한다. SNS 등의 혁신적 정보기술은 사용 단계에 따라 수용도에 차이가 나타난다. 즉, 초기 수용자들은 후기 수용자들에 비해 기술에 대해 더 긍정적인 태도와 행동을 나타낸다(Roger, 1995). 한국과 중국의 SNS이용자들은 사회, 문

화, 경제적 배경의 차이로 인해 기술에 대한 사용단계 및 태도가 다를 것이고 이로 인해 각각 다른 기술수용의 형태가 나타날 것이다.

따라서 본 연구는 기술준비도와 기술수용모형의 통합모형을 기반으로 SNS의 수용을 설명하고자 한다. 기술준비도와 기술수용의 통합에 대한 접근은 학문적인 중요성에도 불구하고 Liljander et al. (2006), Lin et al. (2007), Kim Mun-Ju et al. (2008), Oh Jong-Chul et al. (2014), An Un-Seok (2016) 등 몇몇 연구에서 기술준비도수용모형을 활용한 연구를 제외하고는 관련 연구가 부족한 실정이다. 또한 선행연구들도 TRI(Parasuraman, 2000)와 TAM(Davis et al., 1989)을 직접 통합한 것에 불과하고 기존의 TAM에서 다루지 못한 기술수용의 중요한 변수인 사회적 영향과 촉진조건 등의 변수를 간과하였다는 한계를 갖는다. 이러한 한계를 보완하여 확장된 통합기술수용모형(UTAUT) 모형을 활용한 An Un-Seok(2016)의 연구가 진행되었으나 연구의 대상이 되는 기술의 특성에 따라 수용의 동기 요인이 다르고 국가별 기술준비도의 차이에 따라 각 요인의 영향력이 다를 것을 제시하지 못하였다.

따라서 최근 새롭게 등장하는 기술제품 및 서비스에 대해 기술준비도 등의 개인성향과 기술 수용의 동기 요인들을 통합한 새로운 연구모형의 필요성이 제기되고 있다. SNS는 가상의 공간에서 사람들과 관계맺는 것을 중요한 목적으로 하기 때문에 유희성이라는 요인이 매우 중요하다고 할 수 있다. 따라서 Venkatesh et al. (2003)의 UTAUT를 근거로 즐거움 요인이 포함된 확장된 기술수용모형을 사용하여 연구를 진행하고자 한다. 아울러 기술준비도에 따라 기술의 수용정도가 다르게 나타날 수 있는데 기술준비도는 국가의 기술수준에 따라 큰 차이가 나타날 수 있어 서로 다른 문화적 차이를 지닌 국가 간에 기술준비도수용모형을 비교하는 것은 학술적 및 실무적으로 매우 중요하지만 관련 연구가 거의 이루어지지 않았다

(Parasuraman, 2000). 한국과 중국간 소비자 기술준비도에 따른 기술수용의 차이를 검증하는 것은 국가간 기술확산 및 수용에 대한 이해를 높이고 전략적인 시사점을 도출하기 위해 중요한 연구이다. 본 연구는 Parasuraman(2000)의 TRI와 Venkatesh et al. (2003)이 제안한 UTAUT를 확장 및 통합하여 SNS이용자의 기술수용에 대한 통합적 관점의 모형을 제안하고자 한다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째, SNS의 특성에 관한 선행연구를 근거로 카카오톡과 웨이신이라는 SNS 기술의 이용의 동기 요인에 대해 기술준비도 수용모형을 근거로 설명하고자 한다. 특히 기존연구에서 사용된 UTAUT 변수인 성과기대, 예상노력, 사회적 영향, 촉진조건 이외에 즐거움 변수를 추가하여 SNS의 지속적 수용에 대해 검증하고자 한다. 둘째, 한국과 중국의 대표적인 SNS인 카카오톡과 웨이신을 대상으로 각국의 이용자들의 기술준비도 차이를 검증하고 한국과 중국 소비자들이 제안된 연구모형에서의 영향정도가 어떻게 다르게 나타나는지를 검증하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 소셜 네트워킹 서비스(SNS)

사람들의 집합 또는 모임이라는 의미의 소셜(social)과 연결된 관계망이라는 의미인 네트워크(network), 이 두 단어의 조합인 소셜 네트워크(social network)는 사람들이 연결되어 있는 관계망이라고 할 수 있다(Kim Chang-Sub, 2010). 따라서 SNS는 social networking service의 약자로서 사용자가 다른 사람들과 의사소통하고 서로 정보공유를 가능하게 하는 온라인 서비스로 정의된다(Kim Min-Jung, 2011). NIPA(2007)는 소셜미디어를 참여, 공개, 대화, 커뮤니티, 연결의 특성을 가진 웹 2.0의 대표

서비스라고 정의하였다.

SNS의 유형을 살펴보면 Kim Hun and Baek Mi-Jung (2010)은 SNS를 분석하여 관계 지향형 소셜네트워크와 정보 생산형 소셜 네트워크로 분류하였다. 소셜미디어 서비스는 초기에 '참여'와 '공유'가 강조되는 '커뮤니티'의 형태에서 다음에는 '개방'을 중시하는 '블로그'의 형태로 변화하였으며, 최근에는 '관계'를 중시하는 'SNS'로 형태로 진화하고 있다(Jang Seung-Hee, 2009).

SNS의 이용동기에 관한 연구를 살펴보면 Nae Ga-Yeong(2009)은 모바일 SNS의 이용동기를 타인과의 의사소통, 관계 형성의 유용함, 정보성, 해외 접근용이성, 유명한 접근용이성, 오프라인 관련성, 이용 용이함, 오락성, 단문성으로 제시하였다. 실증분석결과 타인과의 의사소통, 관계 형성의 유용함, 정보성, 오프라인 관련성, 이용 용이함이 만족에 유의한 영향을 미친다고 하였다. Choi Seon-Mi(2009)는 SNS의 한 유형인 마이크로 블로그의 이용동기를 정보 추구성, 사회관계 유지노력, 개인 정보 공간 역할, 의사소통 욕구, 자기만족 추구성, 유명한 교류용이성 등의 요인으로 제시하였다. Oh Seung-Seok(2010)은 트위터와 페이스북 이용 동기를 의사소통 동기, 정보 탐색 동기, 엔터테인먼트 동기, 자기 확인성 동기로 제시하면서 모든 이용동기가 SNS의 이용 만족에 중요한 영향을 미친다고 제시하였다. Kim Dae-Jin(2011)은 SNS 이용동기를 품질요인으로 보고 서비스 품질(확신성, 공감성, 반응성), 정보 품질(신뢰성, 용이성, 다양성, 정확성, 적시성), 시스템 품질(접근성, 용이성, 안정성, 보안성), 사회적 품질(주관적 규범, 사회 정체성, 이미지, 이타주의), 감성 품질(자기효능감, 상호작용성, 몰입, 불안감)로 제시하였다. An Un-Seok(2016)은 SNS의 이용동기를 기술수용모형을 기반으로 성과기대, 예상노력, 사회적 영향, 촉진조건, 상호작용성으로 구분하여 제시하였다.

2. 기술준비도

Parasuraman(2000)은 신기술 제품의 수용자들에게 긍정적인 감정과 부정적인 감정이 공존하는 것을 근거로 기술에 대한 소비자들의 반응을 연구한 결과들을 통해 기술준비도(TRI: Technology Readiness Index)를 측정하는 척도를 개발하였다. 즉, 기술준비도는 가정생활과 직장에서 목표를 달성하기 위한 새로운 기술을 수용하는 사람들의 성향으로 정의된다. 기술준비도의 구성요소로 수용에 긍정적 감정인 낙관성과 혁신성 및 기술수용에 부정적 감정인 불편함과 불안감을 구분하여 제시하였다.

첫째, 낙관성은 기술에 대한 사람들의 긍정적인 생각과 그들의 삶에서 통제력, 유연성, 효율성을 제공할 것이라는 믿음이라고 정의하였다. 기술에 대한 낙관성이 높은 이용자는 컴퓨터의 이용이 대인 접촉보다 쉽기 때문에 기술에 의해 일상 생활이 통제되는 경향이 높다(Colby and Thibodeaux, 2000; Lin and Hsieh, 2006). 즉, SNS를 긍정적으로 수용하는 이용자들은 신기술로 인해 생활이 더욱 즐거워지고 편리하다고 느낄 것이다. 둘째, 혁신성은 새로운 것의 사용을 선호하는 소비성향으로 정의할 수 있다. 기술에 대해 혁신성이 높은 사용자는 기술의 수용 동기가 강하고 기술에 대한 자신의 경험과 지식을 새로운 제품에 적용하고자 하는 성향이 높게 나타난다(Lam et al., 2008; Lin and Hsieh, 2006), 기술에 대한 낙관성과 혁신성이 높은 사용자들은 기술의 사용에 적극성을 보이며 기술 수용의 시기를 앞당기기 때문에 기술수용의 촉진요인으로 분류된다. 셋째, 불편감은 사용자 스스로 기술을 통제할 수 없고 기술에 압도됨을 느끼는 인식으로 정의된다. 불편감은 사용자가 기술의 사용이 복잡하고 어려워 오히려 생활을 혼란스럽게 할 것으로 판단하여 유용성이 떨어진다고 생각하는 부정적인 감정이다(Oh et al., 2014). 넷째, 불안감은 기술에 대한 불신과 오작동에 대한

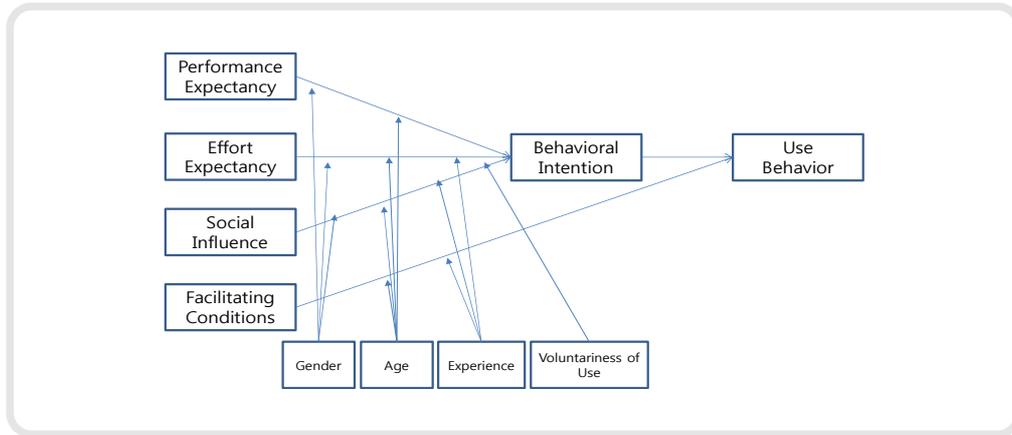
걱정의 감정으로 정의된다. 불안감이 강한 소비자들은 기존의 제품 및 서비스에 새로운 기술이 적용되면 해당 제품의 오작동에 대해 불안해하고, 중요한 순간에 제품이 문제를 일으키지 않을까를 걱정한다(Colby and Thibodeaux, 2000). 기술에 대한 불편감과 불안감이 강한 사용자들은 기술의 사용을 주저하고 기술 수용의 시기를 늦추기 때문에 기술 수용의 저해요인으로 분류된다(An Un-Seok, 2016).

3. 통합기술수용이론(UTAUT)

Venkatesh(2003)등이 제안한 통합기술수용이론(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT)은 합리적 행동이론, 기술수용모형, 계획된 행동이론, 동기모형, 기술수용과 합리적인 행동의 통합이론, 개인 컴퓨터 활용모형, 혁신 확산이론, 사회인지이론 등의 기술수용관련 이론을 모두 통합한 기술수용모형이다. 기술 수용자의 행위의도에 영향을 미치는 변수로 성과기대, 노력기대, 사회적 영향을 제시하였으며, 행위의도를 거치지 않고 실제사용행동에 영향을 미치는 변수로 촉진조건을 제시하였다. 또한 기술의 특성이 행동의도에 영향을 미칠 때 성별, 연령, 경험, 사용의 자발성에 따라 다르게 나타날 것임을 제안한 기술수용의 통합이론이다. 다음의<Fig. 1>은 통합기술수용이론의 전체적인 모형도이다.

첫째, 성과기대를 정보시스템 사용이 자신의 직무성과에 이익을 얻는데 도움을 줄 것이라고 기대하고 믿는 정도로 정의한다. 기존 정보기술수용 이론중 기술수용모형, 동기모형, PC활용모형, 혁신 확산이론, 사회 인지이론 등에서 성과기대의 개념과 일치하는 유용성의 개념을 제시하였다. 둘째, 예상노력은 정보 시스템의 사용과 관련하여 인지된 사용의 편리성 지각 정도로 정의한다. 기존 정보기술수용 이론중 기술수용모형, PC활용모형, 혁신 확산이론 등에서 노력기대의 개념과 일치하는 편리성의 개

Fig. 1. UTAUT Model



Source: Venkatesh et al. (2003).

념을 제시하였다. 셋째, 사회적 영향은 사용자의 새로운 정보시스템의 이용에 미치는 주변 사람들의 영향력을 인지하는 정도라고 정의한다. 기존 정보기술수용 이론중 합리적 행동이론, 계획된 행위이론, 기술수용모형, 합리적 행동이론, PC활용모형, 혁신 확산이론 등에서 사회적 영향의 개념과 일치하는 주관적규범의 개념을 제시하였다. 넷째, 촉진조건은 시스템의 실제사용에 매우 중요한 영향을 미치는 변수로 정보기술 사용을 위해 기술적 및 조직적인 지원 정도에 대한 개인적 인지라고 정의한다. 기존 정보기술수용 이론중 계획된 행위이론, PC 활용모형, 혁신 확산이론 등에서 촉진조건의 개념과 일치하는 지각된 행동통제의 개념을 제시하였다.

본 연구에서는 UTAUT에서 사용된 변수이 외에도 SNS의 특징을 반영하여 지속적 이용에 영향을 미치는 요인들을 추가하여 연구를 진행하고자 한다. SNS가 관계, 공유, 개방이라는 특징이 나타나기 위해서는 인간의 이용동기중 쾌락적 동기인 지각된 즐거움이라는 변수는 지속적 이용동기에 큰 영향을 미칠 것이다(Venkatesh et al., 2012). 지각된 즐거움은 정보기술의 사용에서 사용자가 갖는 쾌락적 경험을

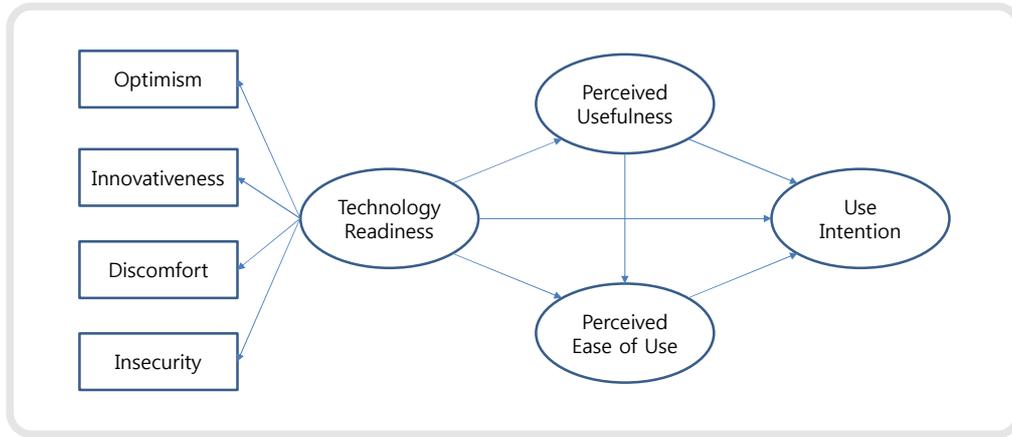
기대하는 정보로 정의한다. 즉 신기술을 사용함에 있어 즐거움을 경험할수록 기술을 사용하려는 의도가 높아지게 될 것이다. 따라서 본 연구에서는 UTAUT를 구성하는 변수에 지각된 즐거움 변수를 추가하여 확장된 UTAUT이론을 활용하여 연구를 진행한다.

4. 기술준비도수용모형

기술수용모델은 일반적인 정보기술을 대상으로 사용자의 정보기술에 대한 높은 관여도를 기초로 설명하기 때문에 소비자의 기술수용행동을 설명하는데 적절하지 않을 수 있다(Lin et al., 2007). 따라서 <Fig. 2>와 같이 Lin et al. (2007)은 기술수용모델을 근거로 온라인 서비스 수용을 설명하는데 기술준비성향이라는 개인차를 고려하여 수용모형을 확장하기 위해 처음으로 통합된 기술준비도수용모형(Integrated Technology Readiness And Acceptance Model: TRAM)이라고 하였다.

이들은 기술준비도를 기술에 대한 소비자들의 일반적인 신념으로 개념화 하여 낙관성, 혁신성, 불편함, 불안감으로 구성하였고, 기술준비도가 지각된 유용성과 사용 용의성에 미치는

Fig. 2. Integrated Technology Readiness And Acceptance Model



Source: Lin et al. (2007).

영향과 지각된 유용성과 사용 용의성이 사용의도에 미치는 영향에 대하여 연구하였다. 그러나 Lin et al.(2007)은 기술준비도라는 개인적 특성과 지각된 유용성, 지각된 용이성이라는 시스템특성을 통합하여 앞서 제시된 기술수용모델의 설명력을 높였다는 학술적 기여에도 기술준비도의 긍정적인 변수와 부정적인 변수를 구분하지 않고 네 변수를 하나의 기술준비도로 고려하여 분석함으로써 기술준비도의 의미가 상쇄되는 문제가 있다. 이후 Oh et al.(2014)은 이러한 TRAM이 갖는 한계점을 보완하여 낙관성과 혁신성을 긍정적 기술준비도로, 불안감과 불편감을 부정적 기술준비도로 구분하여 기술준비도를 정교화하였고 기술수용의 동기에 지각된 즐거움을 추가하여 개선된 기술준비도수용모형을 제안하였다. 또한 An Un-Seok(2016)은 기술수용모형에 통합적인 수용모형인 UTUAT를 적용하여 기술준비도수용모형을 확장한 연구를 진행하면서 기술준비도수용모형이 기술의 유형이나 환경에 따라 다양하게 적용될 필요가 있음을 제안하였다. 본 연구에서는 UTAUT모형에 SNS의 중요한 이용동기인 지각된 즐거움을 추가하여 확장된 모델을 검정하고자 한다. 또한 기술의 진화단계가 다른 국

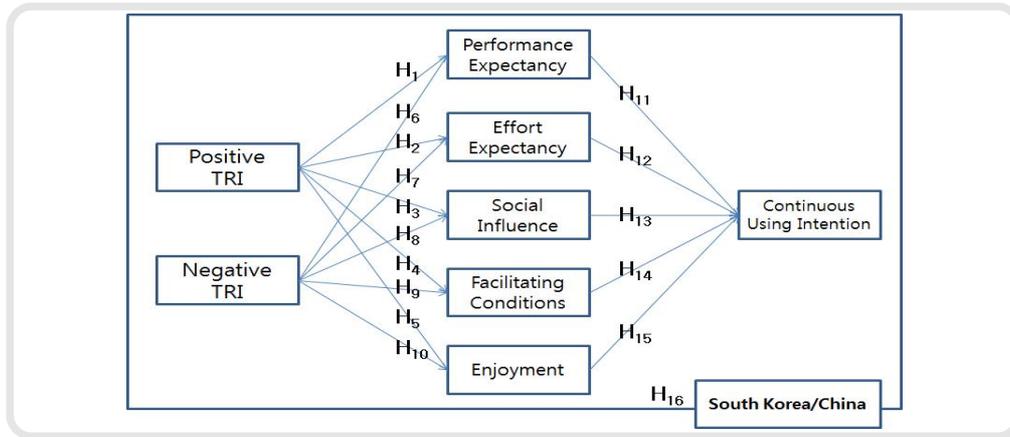
가간 차이 검정을 위해 한국과 중국의 SNS이용자를 대상으로 비교연구를 진행하고자 한다.

III. 연구방법론

1. 연구모형

본 연구는 SNS 사용자의 이용 동기 요인에 대해 TRAM모형을 이용하여 설명하고자 한다. 특히 기존의 기술준비도수용모형의 문제점을 보완하여 기술의 유형에 따라 이용동기가 다르고 기술환경에 따라 기술수용에 어떠한 차이가 나타나는지를 검정하기 위해 선행연구를 근거로 연구모형과 가설을 구성하였다. SNS의 지속적 이용을 설명하기 위한 기술수용모형은 기존의 UTAUT를 이용하면서 간과된 쾌락적 동기 변수를 추가하여 구성하였으며 기술환경이 다른 한국과 중국의 사용자들을 중심으로 국가간 기술수용차이에 대한 비교연구를 진행한다. 앞의 선행연구들을 바탕으로 다음의 <Fig. 3>와 같은 개념적 연구모형을 제시하였다.

Fig. 3. Research Model



2. 가설설정

기술준비도와 기술수용모형 변수간 관계에 대한 선행연구를 살펴보면 Liljander et al. (2006)은 기술준비도의 낙관성 요인이 혁신성 요인보다는 기술수용에 더 긍정적인 영향을 주며, 불안감과 불편감은 개인적인 차원이 아닌 사회적인 인식에 결정된다고 하였다. Walczuch et al. (2007)은 기술준비도의 낙관성과 혁신성이 지각된 유용성과 이용용이성에 정의 영향을 미치며 불안감과 불편함은 부의 영향을 미친다고 하였다. Lin et al. (2007)은 기술수용모형의 인지된 유용성과 용이성이 기술준비도와 사용의도간의 관계를 매개한다는 것을 제시하였다.

기술준비도수용모형은 다양한 정보기술을 대상으로 연구가 진행되었는데 Kwon Oh-Jun et al. (2008)의 연구는 공공부문 BSC시스템, 김문주 등(2008)의 연구는 항공사의 키오스크, Lee Ji-Eun and Shin Min-Soo(2011)의 연구는 스마트폰 기반 모바일 뱅킹, Jung In-Ho (2012)의 연구는 스마트 디바이스, Lee Dong Gun and Lee Sang-Jun (2012)의 연구는 스마트 TV, Jung Byung-Hwa (2012)는 모바일 클라우드 서비스를 대상으로 연구를 진행하였다. 대부분 연구의 결과는 공통적으로 낙관성과 혁

신성은 인지된 유용성과 인지된 용이성에 정(+)의 영향을 미치고 불안감과 불편감은 부(-)의 영향을 미친다는 결과를 제시하고 있다. Son Hyun-Jeong et al. (2017)은 웨어러블 디바이스의 사용의도에 쾌락적 동기가 큰 영향요 인임을 제시하였다. Oh et al. (2014)는 긍정적 기술준비도 즉, 개인의 낙관성과 혁신성 등이 모바일 서비스 사용을 통해 유용성을 지각하고 편리함을 지각하는데 정(+)의 영향을 미친다고 하였다. 특히 긍정 기술준비도는 새롭게 추가된 유희성이라는 변수에 정(+)의 영향을 미치며 부정 기술준비도는 부(-)의 영향을 미친다고 하였다. 이러한 선행연구를 바탕으로 다음의 가설을 설정하였다.

- H1: 긍정 기술준비도는 SNS의 성과기대에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2: 긍정 기술준비도는 SNS의 예상노력에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3: 긍정 기술준비도는 SNS의 사회적영향에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4: 긍정 기술준비도는 SNS의 촉진조건에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H5: 긍정 기술준비도는 SNS의 즐거움에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- H6: 부정 기술준비도는 SNS의 성과기대에 유의한 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H7: 부정 기술준비도는 SNS의 예상노력에 유의한 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H8: 부정 기술준비도는 SNS의 사회적영향에 유의한 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H9: 부정 기술준비도는 SNS의 촉진조건에 유의한 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H10: 부정 기술준비도는 SNS의 즐거움에 유의한 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서 SNS의 지속적 이용에 영향을 미치는 중요한 동기로 제시한 UTAUT 모형의 변수인 성과기대, 예상노력, 사회적 영향, 촉진 조건 이외에 쾌락적 동기인 즐거움 변수를 추가하여 SNS의 지속적 이용의도에 미치는 영향을 검증한다. 먼저 성과기대는 대부분의 선행 연구에서 사용자의 행위 의도에 큰 영향을 미치는 것으로 제시하고 있다(Venkatesh et al., 2012; Oh and Yoon, 2014). SNS의 특성으로 인해 폭 넓은 인간관계를 통해 업무에 도움이 된다고 판단되면 성과에 대한 기대를 갖게될 것이다. 따라서 SNS의 이용이 효과적 업무 성과 향상에 대한 믿음이 클수록 SNS의 사용을 지속하려는 의도를 유지할 것이다. 다음으로 예상노력은 성과기대처럼 행위의도를 설명하는 중요한 변수로 기술에 대한 지각된 이용용이성이며 많은 선행연구에서 행위의도에 유의한 영향이 검증되었다(Wang and Shih, 2009, Yoo Ho-Seon et al., 2012). Oh and Yoon(2014)은 인터넷 서비스 중 온라인게임과 이러닝서비스를 대상으로한 연구에서 예상노력이 인터넷 서비스 이용의도에 상대적으로 중요한 영향을 미친다고 하였다. SNS의 효과적 이용을 위해 SNS어플리케이션의 각종 기능을 실행하는데 능숙한 사용자일수록 지속적으로 이용하고자 할 것이다. 또한 사회적 영향은 SNS 이용에 대해 자신의 주변 사람들의 이용에 대한 평가를 스스로 인지하는 수준으로 만약 사용자에게 중

요한 가족 및 동료 등 주변 사람들이 SNS 이용에 동의정도가 높다고 인지할수록 SNS이용에 대한 저항이 줄어들어 지속적 이용의도가 높아진다고 하였다(An Un-Seok and Oh Jong-Chul, 2010). 끝으로 촉진조건은 신기술의 경우 스스로 이용에 대한 효능감이 높은 사용자일수록 행동의도가 높아진다. 기술적 및 환경적으로 서비스가 확산된 상황일 때 지속적 이용의도에 미치는 영향력이 작지만 그럼에도 많은 선행연구들에서 촉진조건은 SNS의 지속적 이용의도에 중요한 동기 요인으로 제시되고 있다(Venkatesh et al., 2003). 이와더불어 기술수용에 대한 다양한 연구를 검토하면 쾌락적 동기는 기술수용의 중요한 요인으로 제시되고 있다. Moon and Kim(2001)은 즐거움 요인을 추가한 확장된 기술수용모형이 사용자의 수용 행동을 보다 더 효과적으로 설명할 수 있다고 하였다. Park Seung-Bae and Kim Yong-Jun (2005)은 온라인게임의 수용의도를 설명하기 위해 지각된 유용성과 지각된 용이성 이외에 유희적 개념인 플로우 개념을 포함하여 새로운 모형을 통해 높은 설명력있는 모형을 제시하였다. 따라서 기존의 UTAUT의 변수들과 더불어 쾌락적 동기요인인 즐거움을 추가하여 지속적 이용의도를 설명한다면 높은 설명력을 갖는 모형을 제시할 것으로 기대된다. 이러한 이론적 배경을 근거로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H11: SNS에 대한 성과기대는 SNS 지속이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H12: SNS에 대한 예상노력은 SNS 지속이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H13: SNS에 대한 사회적영향은 SNS 지속이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H14: SNS에 대한 촉진조건은 SNS 지속이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H15: SNS에 대한 즐거움은 SNS 지속이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

Table 1. Measures and References

Factor	Measures	No. of Item	Referenece
TRI	Positive TRI Control of life by technology, Convenience of the latest technology products, Preference of use of cuttingedge technology, Ease of business by technology, To advise to others about technology, Leading acceptance of technology, High degree of technological understanding, Preference of challenge to learn cuttingedge tools	6	Parasuraman (2000) Lin et al.(2007) Oh et al.(2014)
	Negative TRI Difficulty of manuals of cutting-edge products, Confused by the problems of cutting-edge products, Perception of danger of a new technology, Openness of new technology information, Security of system, Worry of outflow of personal information, Preference of direct conversation, Trust for offline	6	
Performance Expectation	Business enhancement, Improvement of business performance, To do the work easily, Usefulness to overall business	4	
Effort Expectancy	Ease of use of functions, Convenient acquisition of wanted information, Easy to operate, The degree of understanding of functions	4	Venkatesh et al.(2003) Thompson et al.(1991)
Social Influence	Consideration of the influence person, Consideration of significant person opinions, Perceived help by a senior, Organizational support	4	Moore and Benbasat(1991)
Facilitating Conditions	Possession of necessary resources, Ownership of necessary knowledge, Compatibility, Self-efficacy	4	Compeau et al.(1999) Oh and Yoon(2014)
Enjoyment	Fun, Enjoyment, Happiness, Interest	4	
Continuous Using Intention	Continuous use, Intention of Recommendation, Increase of frequency of use	3	

정보시스템을 포함한 사회과학 분야에서 문화의 차이로 국가별 사용자의 행위의도가 다르게 나타남을 설명하는 연구가 많이 진행되었다. 최근 모바일 환경하에서 사용되는 제품이나 서비스는 물리적 제한없이 사용이 가능하기 때문에 같은 제품 및 서비스라 할지라도 사용자의 문화적 환경이 다른 국가간에 소비자들의 선택 행동이 다게 나타날 수 있다(Oh et al., 2014). Radford et al.(1993)은 의사결정 과정에 영향을 미치는 요인으로 상황적 요인이나 개인적 요인인 개성과 더불어 문화적 요인을 중요한 요소로 제시하였다. Segall et al. (1998)은 문화요인이 심리적 과정과 개인행동에 중요한 영

향요인이라고 제시하였다. Choi and Geistfeld (2004)는 한국과 미국의 신기술제품 사용자들의 개인주의 및 불확실성 회피 등의 문화적 차이가 신기술 수용도에 차이를 나타내는 핵심적 역할을 한다고 하였다. Elliott et al.(2008)은 미국과 중국의 신기술 사용자들의 기술준비도를 비교분석하여 미국 사용자들은 긍정적 기술준비도인 낙관성과 혁신성을 더 높게 지각하는 반면 중국 사용자들은 부정적 기술준비도인 불편감과 불안감을 더 높게 지각하는 등 문화적 차이가 있음을 밝혔다. 이러한 선행연구를 근거로 기술준비도, 기술수용동기 요인, 지속적 이용의도 간의 영향관계는 기술진화 단계 및

문화적 배경이 다른 한국과 중국의 SNS이용자들에게서 각각 다른 영향관계가 나타날 것이라고 추론할 수 있다. 이를 실증분석을 통해 검증하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H16: 기술준비도가 기술수용의 변인을 통해 지속적 이용의도에 미치는 영향관계는 한국과 중국에서 다르게 나타날 것이다.

3. 변수의 조작적 정의

본 연구에서 사용된 변수들에 대한 조작적 정의는 다음의 <Table 1>과 같이 정의하며 연구를 진행하였다.

IV. 실증분석 결과

1. 자료 수집 및 표본 특성 분석

본 연구는 한국과 중국의 SNS 이용자 즉, 한

국의 카카오톡 이용자와 중국의 웨이신 이용자를 대상으로 기술준비도와 기술수용동기 요인이 SNS지속이용의도에 미치는 영향에 관한 연구로 한국과 중국의 SNS이용자들을 대상으로 표본을 추출하였다. 선행연구를 근거로 구조화된 설문을 통해 다음의 <Table 2>과 같은 응답자의 성별, 결혼여부, 학력, SNS 사용기간 등의 분포를 갖는 한국 185명, 중국 146명의 응답자들의 응답결과를 통해 실증분석을 하였다. 이러한 표본의 구성은 일반적인 SNS이용자들의 분포와 비교하여 표본의 대표성이 있는 것으로 판단하여 연구를 진행하였다.

2. 타당성 검증

본 연구의 가설을 검증에 앞서 수집된 자료의 신뢰성과 타당성을 검증하였다. 타당성 분석은 주성분분석의 요인분석을 배리맥스(varymax) 직각회전방법으로 검증하였다. 분석 결과를 살펴보면 모든 변수들의 고유치가 1 이상으로 확인되었으며 각 측정문항의 요인적재 값은 0.6

Table 2. Demographic Characteristics of the Sample

South Korea Users				China Users			
Characteristic	Frequency	%		Characteristic	Frequency	%	
Gender	Male	105	56.8	Gender	Male	65	44.9
	Female	80	43.2		Female	81	55.1
	Total	185	100		Total	147	100
Marriage	Single	173	93.5	Marriage	Single	135	91.8
	Married	12	6.5		Married	12	8.2
	Total	185	100		Total	147	100
Education	High school	120	64.9	Education	High school	45	100
	Bachelor	55	29.7		Bachelor	92	33.7
	Master	10	5.4		Master	10	48.3
	Total	185	100		Total	147	100
Period of SNS Use	~2yrs	55	29.8	Period of SNS Use	~2yrs	46	31.1
	2~4yrs	117	63.0		2~4yrs	74	50.0
	4yrs~	13	7.2		4yrs~	27	18.9
	Total	185	100		Total	147	100

Table 3. Reliability and Validity of Measures

Variables	Items	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6	Eigen Value	Total Variance Explained	Cronbach a
TRI	pt6	0.800	-0.040	-	-	-	-	3.789	31.579	0.878
	pt3	0.797	-0.005	-	-	-	-			
	pt5	0.794	-0.040	-	-	-	-			
	pt2	0.793	-0.056	-	-	-	-			
	pt1	0.784	-0.049	-	-	-	-			
	pt4	0.763	-0.041	-	-	-	-			
	nt5	-0.049	0.791	-	-	-	-			
	nt6	0.032	0.749	-	-	-	-			
	nt4	0.021	0.741	-	-	-	-			
	nt2	-0.082	0.709	-	-	-	-			
Continuous Using Intention	nt1	-0.210	0.642	-	-	-	-	3.063	57.105	0.806
	nt3	0.040	0.634	-	-	-	-			
	ci2	.858	.225	.060	.124	.052	.209			
	ci1	.806	.252	.007	.121	.092	.271			
	ci3	.791	.032	.328	.195	.218	.081			
	ci4	.784	.124	.307	.167	.255	.080			
	si2	.144	.780	.131	.261	.139	.172			
	si1	.192	.759	.257	.158	.203	.069			
	si3	.139	.694	.297	.191	.270	.156			
	si4	.198	.652	.113	.265	.180	.305			
UTAUT	ej3	.112	.158	.836	.203	.215	.136	2.877	33.735	0.865
	ej4	.186	.213	.829	.102	.218	-.012			
	ej2	.208	.249	.802	.177	.067	.203			
	fc2	.056	.257	.171	.785	.161	.062			
	fc3	.127	.135	.213	.775	.284	.111			
	fc4	.227	.150	.218	.665	.213	.260			
	fc1	.238	.269	-.012	.638	.003	.246			
	pe3	.133	.196	.174	.240	.810	.139			
	pe4	.144	.233	.271	.176	.761	.078			
	pe2	.250	.230	.098	.155	.738	.294			
UTAUT	ee1	.177	.193	.009	.146	.116	.837	2.448	61.933	0.857
	ee3	.144	.072	.176	.213	.156	.769			
	ee2	.268	.360	.162	.149	.193	.620			
	ee1	.177	.193	.009	.146	.116	.837			
	ee3	.144	.072	.176	.213	.156	.769			
ee2	.268	.360	.162	.149	.193	.620				

Table 4. Correlations of Latent Variables (n=332)

	PT	NT	PE	EE	SI	FC	EJ	CI
PT	1							
NT	.101*	1						
PE	.528**	.150**	1					
EE	.420**	.093*	.495**	1				
SI	.466**	.162**	.591**	.556**	1			
FC	.541**	.125**	.551**	.522**	.604**	1		
EJ	.491**	.189**	.513**	.382**	.551**	.480**	1	
CI	.540**	.127**	.490**	.508**	.504**	.480**	.476**	1

Notes: p: ***<0.01, **<0.05 and *<0.10.

이상으로 나타나 타당성이 있다고 판단되었다. 신뢰성 분석은 크론바흐 알파(Cronbach's a)값을 이용하여 검증하는 방법을 선택하였으며 내적일관성계수를 계산한 결과 크론바흐알파값이 Nunnally(1978)가 제시한 기준인 0.7보다 모든 변수에서 높게 측정되어 변수들과 측정항목의 신뢰성이 있다고 판단되었다. 측정항목에

대한 타당성과 신뢰성 분석 결과는 <Table 3>와 같다.

3. 상관관계 검증

변수간의 잠재적 관계를 살펴보기 위해 변수들간의 이변량 상관관계 분석을 실시한 결과는

다음의 <Table 4>과 같이 나타났다. 분석결과를 살펴보면 상관계수는 0.2~0.6사이 유의한 상관관계수로 보통의 상관관계가 나타나고 있어 변수간의 판별타당성이 있는 것으로 판단된다.

4. 확인요인분석

탐색적 요인분석을 실시한 후에 측정항목간의 수렴타당성을 검증하기 위해 각 변수별로 확인요인분석을 실시하였다(Kim Gye-Su, 2006). 본 연구에서CFA를 각각의 단위별로 수행한 결과 pt1, pt2, pt3, nt1, nt2, nt3, pe1,

ee 4, si4, fc1, ci1, ej1 항목은 제거되는 것이 확인요인분석을 통한 모형의 적합도지수를 개선하는 것으로 나타나 제거하고 변수간 관련성을 분석하였다. 확인요인분석 결과는 다음의 <Table 5>와 같다.

5. 가설검정

구조방정식 모형을 판단해보면, $\chi^2=692.764$, 자유도(d.f.)=236, $p=0.000$, GFI=0.839, AGFI=0.796, IFI=0.905, CFI=0.904, AIC=820.764, RMR=0.065, RMSEA=0.076를 갖는 모형이 도

Table 5. Result for the Confirmatory Factor Analysis

Items	Estimate	S.E	C.R	AVE	Adequacy
pt6	1.000				
pt4	0.621	0.052	11.886	0.855	
pt5	0.971	0.058	16.728		
nt5	1.000				
nt4	0.814	0.064	12.631	0.813	
nt6	0.81	0.066	12.206		
pe2	0.868	0.052	16.766		
pe3	1.000			0.804	
pe4	0.908	0.056	16.124		
ee1	0.939	0.071	13.276		
ee2	1.000			0.912	
ee3	0.941	0.078	12.111		
si1	1.000				
si2	0.797	0.052	15.289	0.751	
si3	0.91	0.057	15.978		
fc2	0.837	0.057	14.735		
fc3	1.000			0.755	
fc4	0.786	0.052	15.164		
ci2	0.652	0.038	17.122		
ci3	0.952	0.038	25.251	0.842	
ci4	1.000				
ej2	0.955	0.050	18.909		
ej3	0.96	0.049	19.584	0.821	
ej4	1.000				

$\chi^2=487.362$, d.f. =224, $p=0.000$,
 $\chi^2/d.f.=2.176$, GFI=0.887,
 AGFI=0.849, NFI=0.903,
 CFI=0.945, RMR=0.049,
 RMSEA=0.060

출되어 절대 적합도 지수와 증분 적합도 지수 기준을 적어도 한 개 이상 충족하고 있어 연구 모형의 타당도는 수용의 최소한 기준은 만족한다(Kim Gye-Su, 2006). AMOS21.0을 이용하여 연구모형을 측정하여 각 변수간 인과관계를 검증하였다. 일반적으로 구조분석은 인과계수(Estimate)를 표준오차(S.E.)로 나눈 기각비(C.R.)의 t 값이 1.96이상이면 독립변수가 종속변

수에 5%의 유의수준에서 유의한 영향관계가 있는 것으로 볼 수 있다. 본 연구의 분석 결과는 다음의 <Table 6>과 같다.

6. 한국과 중국의 모형 비교 분석

SNS 이용자들의 기술준비도와 기술수용 동기 요인 및 지속적 이용의도간의 영향관계에서

Table 6. Result of Path Analysis on SEM

Hypo	Path	Estimate	S.E	C.R	p	test
1	Positive TRI ⇒ Performance Expectation	0.931	0.083	11.163	0.000**	Accept
2	Positive TRI ⇒ Effort Expectancy	0.566	0.065	8.758	0.000**	Accept
3	Positive TRI ⇒ Social Influence	0.942	0.089	10.539	0.000**	Accept
4	Positive TRI ⇒ Facilitating Conditions	0.905	0.083	10.924	0.000**	Accept
5	Positive TRI ⇒ Enjoyment	0.964	0.092	10.456	0.000**	Accept
6	Negative TRI ⇒ Performance Expectation	-0.141	0.053	-2.655	0.008**	Accept
7	Negative TRI ⇒ Effort Expectancy	-0.071	0.043	-1.645	0.100	Reject
8	Negative TRI ⇒ Social Influence	-0.141	0.057	-2.465	0.014**	Accept
9	Negative TRI ⇒ Facilitating Conditions	-0.116	0.060	-1.938	0.053*	Reject
10	Negative TRI ⇒ Enjoyment	-0.083	0.054	-1.530	0.126	Reject
11	Performance Expectation ⇒ Continuous Using Intention	0.197	0.074	2.673	0.008**	Accept
12	Effort Expectancy ⇒ Continuous Using Intention	0.299	0.089	3.362	0.000**	Accept
13	Social Influence ⇒ Continuous Using Intention	0.043	0.067	0.644	0.520	Reject
14	Facilitating Conditions ⇒ Continuous Using Intention	0.075	0.070	1.076	0.282	Reject
15	Enjoyment ⇒ Continuous Using Intention	0.250	0.059	4.246	0.000**	Accept

Notes: p: ***<0.01, **<0.05 and *<0.10.

Fig. 4. Result of Path Analysis on SEM

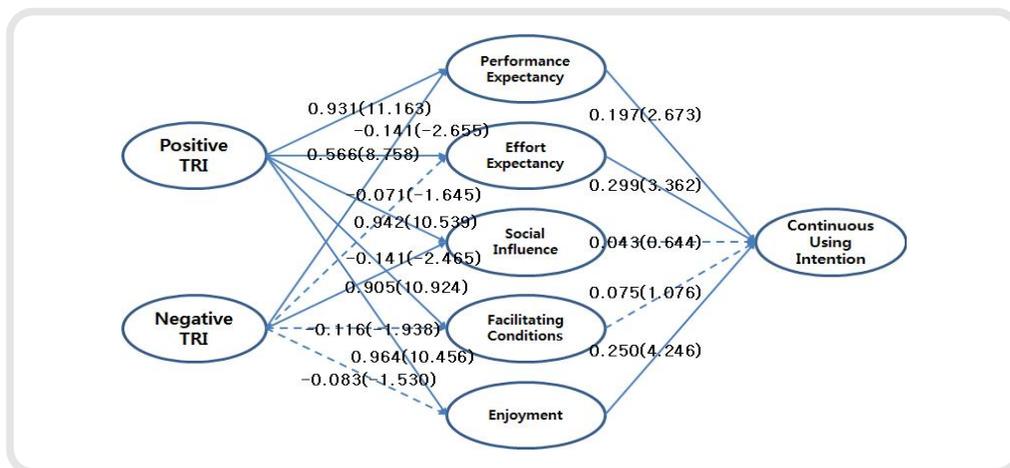


Table 7. Result of Cross-National Path Analysis on SEM

Path	Group	estimate	S.E.	C.R.	P	z-value
Positive TRI ⇒ Performance Expectation	KOR	0.805	0.121	6.683	0.000**	2.176
	CHN	1.261	0.171	7.369	0.000**	
Positive TRI ⇒ Effort Expectancy	KOR	0.503	0.091	5.542	0.000**	2.261
	CHN	0.889	0.145	6.153	0.000**	
Positive TRI ⇒ Social Influence	KOR	0.866	0.133	6.499	0.000**	1.727
	CHN	1.253	0.180	6.963	0.000**	
Positive TRI ⇒ Facilitating Conditions	KOR	0.865	0.124	6.971	0.000**	2.192
	CHN	1.346	0.181	7.447	0.000**	
Positive TRI ⇒ Enjoyment	KOR	0.763	0.125	6.090	0.000**	1.447
	CHN	1.059	0.161	6.560	0.000**	
Negative TRI ⇒ Performance Expectation	KOR	-0.192	0.086	-2.225	0.026**	-1.193
	CHN	-0.066	0.061	-1.092	0.275	
Negative TRI ⇒ Effort Expectancy	KOR	-0.093	0.067	-1.400	0.162	-1.000
	CHN	-0.007	0.055	-0.125	0.901	
Negative TRI ⇒ Social Influence	KOR	-0.226	0.097	-2.323	0.020**	-1.664
	CHN	-0.032	0.065	-0.487	0.626	
Negative TRI ⇒ Facilitating Conditions	KOR	-0.192	0.093	-2.056	0.040**	-1.129
	CHN	-0.069	0.056	-1.241	0.215	
Negative TRI ⇒ Enjoyment	KOR	0.052	0.089	0.585	0.559	1.453
	CHN	-0.108	0.065	-1.664	0.096*	
Performance Expectation ⇒ Continuous Using Intention	KOR	0.127	0.081	1.569	0.117	2.035
	CHN	0.496	0.162	3.056	0.002**	
Effort Expectancy ⇒ Continuous Using Intention	KOR	0.433	0.108	4.023	0.000**	-2.659
	CHN	-0.050	0.146	-0.341	0.733	
Social Influence ⇒ Continuous Using Intention	KOR	0.062	0.072	0.851	0.395	-0.500
	CHN	-0.015	0.134	-0.110	0.912	
Facilitating Conditions ⇒ Continuous Using Intention	KOR	0.087	0.073	1.196	0.232	-0.725
	CHN	-0.029	0.143	-0.206	0.837	
Enjoyment ⇒ Continuous Using Intention	KOR	0.266	0.070	3.819	0.000**	0.485
	CHN	0.359	0.180	1.996	0.046**	

Notes: p: ***<0.01, **<0.05 and *<0.10.

국가간의 차이가 어떻게 나타나는지 국가 변수의 조절 역할을 검정을 위해 Amos 21.0의 Pairwise Parameter Comparisons 분석을 하였다. 한국의 SNS 이용자(n=185)와 중국의 SNS 이용자(n=147)로 각 집단을 구분하여 경로별 비교 분석을 진행하였다. 각 집단을 대상으로 Critical Ratios for Differences between Parameters 값을 이용하여 다음의 <Table 7> 과 같이 각 집단의 경로계수간 z-value 값을 분석하였다.

7. 가설 검정 결과 요약

본 연구에서 설정한 가설을 검정한 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 긍정적 기술준비도는 성과기대(Estimate= 0.931, C.R.= 11.163), 예상노력(Estimate= 0.566, C.R.= 8.758), 사회적영향(Estimate= 0.942, C.R.= 10.539), 촉진조건(Estimate= 0.905, C.R.= 10.924), 즐거움(Estimate= 0.964, C.R.= 10.456)으로 모든 UTAUT 변수에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 긍정적 기술준비도가

기술수용 동기 요인에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 가설 1, 가설 2, 가설3, 가설4, 가설 5는 모두 채택되었다. 특히 긍정적 기술준비도가 새롭게 추가한 기술수용 동기 요인인 즐거움에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타나 모형의 확장에 타당성이 확보되었다고 할 수 있다. 또한 긍정적 기술준비도가 모든 기술수용 동기 요인에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타나 신기술에 대한 긍정적인 자신감이 높은 사용자일수록 SNS를 이용하면서 성과에 대한 기대나 사용의 편리성, 사회적 연결에 대한 기대, 사용에 대한 자신감과 즐거움에 대한 기대 등을 높게 지각한다고 할 수 있다.

둘째, 부정적 기술준비도는 성과기대(Estimate = -0.141, C.R. = -2.655)와 사회적영향(Estimate = -0.141, C.R. = -2.456)에 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나 예상노력(Estimate = -0.071, C.R. = -1.645), 촉진조건(Estimate = -0.116, C.R. = -1.938), 즐거움(Estimate = -0.083, C.R. = -1.530)에는 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 따라서 부정적 기술준비도가 성과기대와 사회적 영향에 부(-)의 영향을 미칠 것이라는 가설 6, 가설 8은 채택되었지만 예상노력, 촉진조건, 즐거움에 부(-)의 영향을 미칠 것이라는 가설 7, 가설 9, 가설 10은 기각되었다. 이는 새로운 정보 기술에 대해 불안감이나 복잡성이라는 부정적 태도가 높은 소비자일수록 SNS가 업무 성과나 사회적 관계를 맺는데 역효과를 나타낼 것이라는 기대가 높아진다는 의미이다. 그러나 SNS라는 기술에 대한 부정적 준비도를 갖더라도 SNS가 보편적으로 사용됨에 따라 SNS이용에 대한 편의성이나 사용에 대한 자신감 및 즐거움을 낮추지는 않는다 것으로 해석할 수 있다.

셋째, 기술수용 동기요인이 지속적이용의도에 미치는 영향에 대한 검정결과 성과기대(Estimate = 0.197, C.R. = 2.673), 예상노력(Estimate = 0.299, C.R. = 3.362), 즐거움(Estimate = 0.250, C.R. = 4.246)이 지속적 이

용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 새롭게 추가된 기술수용 동기 요인인 즐거움이 지속적 이용의도에 큰 영향을 미치는 것으로 나타나 모형의 확장에 타당성이 확보되었다고 할 수 있다. 그러나 사회적 영향(Estimate = -0.083, C.R. = -1.530)과 촉진조건(Estimate = -0.083, C.R. = -1.530)은 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 성과기대, 예상노력, 즐거움이 지속적 이용의도에 유의한 정(+의 영향을 미칠 것이라는 가설 11, 가설 12, 가설 15는 채택되었고 사회적영향과 촉진조건이 지속적 이용의도에 영향을 미칠 것이라는 가설 13, 가설 14는 기각되었다. 이는 SNS가 업무성과를 개선시키거나 이용할 때 편리한 사용자 환경이 지속적 이용의도를 갖게 한다는 것이며 이용시 사회적 관계맺기 및 콘텐츠 공유로 인한 즐거움을 지각할수록 지속적인 이용의도를 갖는 것을 의미한다. 그러나 SNS의 이용에 대한 사회적 인식과 이용을 위한 스마트폰 환경이나 이용에 대한 스스로의 효능감 등은 SNS의 사용이 보편화되면서 지속적이용의도에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 해석된다.

끝으로, 카카오톡과 웨이신 이용자의 기술준비도와 기술수용 동기요인 및 지속적 이용의도와의 영향 관계가 한국과 중국에서 어떻게 다르게 나타나는지에 대한 검정결과를 살펴보면 긍정적 기술준비도가 성과기대($z=2.176$), 예상노력($z=2.261$), 촉진조건($z=2.192$)에 미치는 영향에서 z 값이 통계적으로 유의하게 나타나 조절효과를 하는 것으로 나타났다. 또한 성과기대($z=2.176$)와 예상노력($z=2.261$)이 지속적 이용의도에 미치는 경로에서도 z 값이 통계적으로 유의하게 나타나 국가간 차이가 날 것이라는 가설 16은 부분적으로 채택되었다. 국가간 차이가 나타나는 경로를 중심으로 결과를 살펴보면 긍정 기술준비도가 성과기대, 예상노력, 촉진조건에 미치는 영향은 한국보다 중국에서

더 크게 나타났는데 이는 중국 사용자의 경우 혁신성 등 기술에 대한 긍정적 태도가 높을수록 업무 향상을 기대하는 정도, SNS를 이용하는데 편리함을 느끼는 정도와 이용에 대한 자신감 지각은 한국 사용자의 경우보다 더 높게 나타난다는 것이다. 또한 중국 사용자의 경우 SNS로 인해 업무가 향상될 것이라는 믿음이 있을수록 한국 사용자의 경우보다 지속적 이용이 더 높게 나타난다고 할 수 있다. 그러나 SNS를 사용하는데 있어 편리함에 대한 지각이 높을수록 한국사용자는 지속적 이용의도를 갖는데 비해 중국사용자들은 지속적 이용의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데 이는 중국 사용자의 경우 혁신성이 높아 SNS이용의 익숙함으로 편리성지각의 효과성이 나타나지 않는 결과라 할 수 있다.

V. 결론

본 연구는 SNS 사용자의 지속적 이용 동기 요인에 대해 기술의 특성에 따라 확장된 기술준비도수용모형을 검증하고자 하는 연구이다. 특히 기술 문화 환경이 다른 한국과 중국의 SNS 사용자들을 대상으로 실증분석을 통해 국가간 기술준비도수용의 차이에 대한 비교연구를 진행하였다. 연구결과를 근거로 학문적 시사점을 다음과 같이 제시할 수 있다.

첫째, 본 연구는 기존의 기술준비도수용모형이 갖는 한계점을 보완하여 기술의 특성을 반영하여 동기요인을 확장하였다는 시사점을 갖는다. SNS의 특성으로 인해 기존의 기술준비도수용모형에서 사용된 변수와 더불어 즐거움이라는 변수를 포함하여 모형을 확장하였고 실증분석을 통해 타당성을 검증하였다. 이를 통해 기술준비도수용모형에 대한 학문적 의미를 확장하였다고 할 수 있다.

둘째, 기술준비도수용모형에 관한 선행연구는 대부분 기술의 특성에 따라 기술수용의 동

기 요인을 수정하여 연구를 진행하였다. 그러나 소비자의 기술수용에 영향을 미칠 수 있는 개인적, 사회문화적 변수가 기술준비도나 기술수용 행동에 영향을 미칠 수 있음을 검증하였다는 시사점을 갖는다. 한국과 중국은 사회적, 문화적 및 기술진화 단계에 차이가 있는데 이로 인해 소비자의 기술에 대한 태도가 다르게 나타나며 이로 인해 기술수용 동기요인이 지속적 이용의도에 미치는 영향도 국가별로 다른 영향을 미치는 것을 실증분석을 통해 검증함으로써 기술준비도수용모형의 소비자 성향에 따른 차이를 통해 모형을 정교화하였다는 시사점을 갖는다.

학문적 시사점과 더불어 실무적 시사점은 다음과 같이 제시할 수 있다.

첫째, SNS와 같은 인간의 관계욕구 충족을 위한 정보기술의 경우 실용적 동기보다 쾌락적 동기가 더 큰 영향요인으로 나타났다. 사람들과 관계 맺고 자료를 서로 공유하는 기본적인 서비스와 더불어 게임화 요소를 가미하여 사용자들의 쾌락적 동기를 충족시켜준다면 보다 지속적인 사용을 유도할 수 있을 것이다. 특히 기술에 대한 긍정적인 준비도를 갖는 사람일수록 더 크게 영향을 미치는 것으로 나타나기 때문에 기술의 제공수준을 보다 사용자 중심으로 맞춰 기술에 대해 보다 긍정적인 태도를 갖게 하는 것이 SNS의 지속적 이용의도를 높이는 효과적인 전략이 될 수 있다.

둘째, SNS에 대한 개인의 불안감이나 불편성과 같은 부정적 기술준비도는 성과기대와 사회적 영향에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. SNS 서비스에 대한 개인정보보호에 대한 신뢰와 더불어 서비스 제공시에 불편함이나 불안감에 대한 거부감을 없애기 위해 사용자 중심의 인터페이스로의 개선 등의 전략을 통해 SNS의 성과에 대한 기대와 사회적인 인식개선 등을 기대할 수 있을 것이다.

끝으로 확장된 기술준비도수용모형을 통해 SNS이용에 대해 검증하였는데 이같은 서비스

의 이용은 기술에 대한 개인의 사회 문화적 성향이 매우 중요한 역할을 하며 이러한 개인의 성향은 국가를 통해서도 나타나게 된다. 따라서 국가별로 전체적인 영향 요인간의 영향 관계가 달라질 수 있다는 점은 서비스제공업체의 마케터에게 실무적 시사점을 제공할 수 있을 것이다. 특히 어플리케이션 등의 글로벌화에 따라 동일한 콘텐츠의 해외진출시 동일한 콘텐츠보다는 현지 소비자 성향에 맞는 콘텐츠로의 수정을 통한 전략을 수립할 필요가 있다고 할 수 있다.

학술적 및 실무적 시사점에도 불구하고 본

연구는 다음과 같은 한계를 갖는다. 첫째, 표본의 대표성 문제가 있다. 본 연구는 편의표본 추출방법을 사용하여 모집단에 대한 대표성이 부족하다고 할 수 있다. 추후 연구에서는 다양한 지역과 계층을 통해 표본을 추출한다면 보다 일반화된 결과를 얻을 수 있을 것이다. 둘째, 본 연구는 한국과 중국의 SNS이용자를 대상으로 연구를 진행하였으나 한국과 중국의 소비자의 기술 진화단계 및 문화적 차이, 소비성향 등의 차이에 대해 보다 심도있는 분석을 수행한다면 보다 효과적인 전략수립과 학술적 진보를 기대할 수 있을 것이다.

References

- An, Un-Seok and Jong-Chul, Oh (2010), "A Study of Influencing Factors on Adoption of e-Government Service applying the UTAUT model: Focused on the comparative method of Kiosk and Internet", *Journal of the Korea Service Management Society*, 11(4), 245-268.
- An, Un-Seok (2016), "A Study on Factors of Determining Continuous Use of SNS : Based on Technology Readiness Acceptance Model", *Journal of the Korea Service Management Society*, 17(1), 257-280.
- Choi, Seon-Mi (2009), "Study on the Effect of SNS (Social network services) on the Formation of Social Capital: Centering on the Characteristics of Cyworld Mini Homepages", Master Thesis, Sogang University.
- Colby, C. and C. Thibodeaux (2000), "Ready or Not? What Consumer Really Think about Technology," *2000 Interational CES*.
- Compeau, D. R. and C. A. Higgins (1995), "Computer Self-Efficacy: Development of a Measure and Initial Test", *MIS Quarterly*, 19(2), 189-211.
- Davis, F. D. (1989), "Perceived Usefulness, Easy of Use, and the User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Hirschman, E. C. (1980), "Innovativeness, Novelty Seeking, and Consumer Creativity," *Journal of Consumer Research*, 7(2), 283-295.
- Jung, Byung-Hwa (2012), "A Empirical Study of Determination about the User Acceptance of Mobile Cloud Service", Master Thesis, KunKook University.
- Jung, In-Ho (2012), "Factors Influencing Smart Device Adoption and Use : From Multi-Device Use Environment", Master Thesis, Seoul National University.
- Kim, Chang-Sub (2010), "A Study of Marketing Effect on Performing Arts Built by Social Network Service", Master Thesis, Sejong University.

- Kim, Dae-Jin (2011), "An Empirical Study on User Satisfaction and the Influencing Factors for Continuous Usage of Social Network Service", Doctoral Dissertation, ChungAng University.
- Kim, Hun and Mi-Jung, Beak (2010), "A Study on Web Interface Design Based on Each Social Network Service Category", *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 16(1), 80-93.
- Kim, Min-Jung (2011), "Study on Online and Offline Relationship of Smart Phone SNS Users", Master Thesis, Ehwa Womens University.
- Kim, Moon-Ju, Jung-Seung, Baek and Mun-Gil, Yoon (2008), "Affects in Use Intention Air Navigator Kiosk of Technology Readiness Index and Technology Acceptance Model" *Avivaiton Management Society of Korea Spring Conference*, 237-244
- KISA (2017), <https://isis.kisa.or.kr/statistics>
- Kwon, Oh-Jun (2010), "A Study on the Acceptance of Smart Phones Applying Information Technology Integration Theory", *Korea Society of Management Information System Fall Conference*, 180-187.
- Lam, S. Y., J. Chiang. and A. Parasuraman (2008), "The Effects of The Dimensions of Technology Readiness on Technology Acceptance: An Empirical Analysis", *Journal of Interactive Marketing*, 22(4), 19-39.
- Lee, Ji-Eun and Min-Soo, Shin (2011), "Factors for the Adoption of Smartphone-based Mobile Banking : On User's Technology Readiness and Expertise", *The Journal of Society for e-Business Studies*, 16(4), 155-172.
- Liljander, V., F. Gillberg., J. Gummerus and A. Vanriel (2006), "Technology Readiness and the Evaluation and Adoption of Self Service Technologies", *Journal of Retailing and Consumer Service*, 13, 177-191.
- Lin, C. H., H. Y. Shih. and P. J. Sher (2007), "Integrating Technology Readiness into Technology Acceptance: The TRAM Model," *Psychology & Marketing*, 24(7), 641-657.
- Lin, J. C. and P. Hsieh (2006), "The Role of Technology Readiness in Coustomers' Perception and Adoption of Self-service Technologies," *International Journal of Service Industry Management*, 17(5), 497-517.
- Moon, J. W., and Y. G. Kim (2001), "Extending the TAM for the World-Wide-Web context," *Information and Management*, 38, 217-230.
- Nae, Ga-Yeong(2009), "Study on Use Motivation and Gratification of Mobile SNS Users", Master ThesisSogang University
- NIPA (2007), "What is Social Media?", *IT Issue Report*, FKII
- Oh, Jong-Chul, Sung-Joon, Yoon and Yuen, Wu (2010), "A Study on Factors of Intention toward Using Mobile Internet Service :Revised TRAM", *Journal of the Korea Service Management Society*, 11(5), 127-147.
- Oh Seung-Seok (2010), "A Study on the Uses and Gratifications of Twitter and Facebook", Master Thesis, Hanyang University.
- Oh, J. C., and S. J. Yoon (2014), "Validation of Haptic enabling Technology Acceptance Model", *Telematics and Informatics*, 31(4), 585-595.
- Oh, J. C., S. J. Yoon, and N. H. Chung (2014), "The Role of Technology Readiness in Consumers' Adoption of Mobile Internet Services between South Korea and China",

- International Journal of Mobile Communications*, 12(3), 229-248.
- Parasuraman, A. (2000), "Technology Readiness Index (TRI): A Multiple-Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies", *Journal of Service Research*, 2(4), 177-192.
- Park, Seung-Bae and Yong-Jun, Kim (2007), "A Study of Online Game Acceptance Model", *The e-Business Studies*, 8(2), 353-373.
- Rogers, E. M. (1995), *Diffusion of Innovation*, (4th ed.), New York: The Free Press.
- Son, Hyun-Jung, Sang-Won, Lee and Moon-Hee, Cho (2017), "Influential Factors of College Students' Intention to Use Wearable Device: An Application of the UTAUT2 Model", *Korean Journal of Communication & Information*, 68, 7-33.
- Thompson, R. L., C. A. Higgins and J. M. Howell (1991), "Personal Computing : Toward a Conceptual Model of Utilization", *MIS Quarterly*, 15(1), 125-142.
- Venkatesh, V., M. G. Morris, G. B. Davis and F. D. Davis (2003), "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View", *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Walczuch, R., J. Lemmink and S. Streukens (2007), "The Effect of Service Employees' Technology Readiness on Technology Acceptance," *Information and Management*, 44(2), 206-215.
- Wang, Y. S., and Y. W. Shih (2009), "Why do People Use Information Kiosks? A Validation of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology", *Government Information Quarterly*, 26(2), 158-165.
- Yoo, Ho-Sun, Min-Yong, Kim and Oh-Byung, Kwon (2012), "Factors Influencing Acceptance of Hedonic Ubiquitous Services", *The Journal of Society for e-Business Studies*, 17(1), 1-21.
- Yoo, Seon-Sil (2017), *Overseas Social Network Service Trend*, KISDI