

마음챙김이 정보기술 수용의 인지적 요인에 미치는 영향 연구

A Study about Impact of Mindfulness on Perceived Factors of Information Technology Acceptance

김 현 모 (Hyun Mo Kim) 동아대학교 기초교양대학 조교수, 교신저자
방 영 영 (Ying Ying Pang) 경희대학교 경영대학 박사수료
박 주 석 (Joo Seok Park) 경희대학교 경영대학 교수

요 약

최근 기업은 마음챙김을 조직 내 여러 분야에서 혁신의 수단으로 활용하고 있으나 기업의 혁신역량 향상이라는 포괄적인 목표에 머무르고 있다. 왜냐하면 마음챙김이 구체적으로 어떠한 분야에, 그리고 어떠한 요인에 영향력을 행사하는지 구체적으로 제시된 사례가 드물기 때문이다. 따라서 본 연구는 마음챙김의 활용 가능성이 있는 여러 분야 중, 정보기술의 이용행태 분야에서 마음챙김이 어떠한 영향력을 행사하는지 확인하고자 하였고, 이를 통해 마음챙김 활용의 가치를 제시하고자 하였다. 본 연구의 목표는 통합기술수용이론을 바탕으로 마음챙김(mindfulness) 요인들이 정보기술 수용의도의 선행요인에 어떠한 조절효과를 갖는지 확인하는 것이다. 가장 먼저 가설에 기반한 설문조사를 실시하여 표본을 수집하였고, 표본 데이터를 바탕으로 집단타당도 및 판별타당도를 확인하였다. 그 후, SEM 분석을 수행하여 9개의 가설을 검정하였다. 통합기술수용이론에서 제시된 기대성과, 노력기대, 사회적 영향은 이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 촉진활동은 이용행위에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마음챙김 요인들의 조절효과를 살펴보면, 대체기술자각 요인은 성과기대가 수용의도에 미치는 영향을 증가시켰으며, 기술탐색추구성향 요인은 노력기대가 이용의도에 미치는 영향을 증가시키는 것으로 나타났다. 그리고 기술몰입 요인은 촉진조건이 이용행위에 미치는 영향을 증가시키는 것으로 나타났다. 반면, 자기상황자각 요인은 사회적 영향이 이용의도에 미치는 영향을 감소시키는 것으로 나타났다. 본 연구는 실증분석 결과를 바탕으로 정보기술 수용의 학술적, 실무적 시사점을 제시한다.

키워드 : 마음챙김, 통합기술수용모형, 이용의도, 이용행위, 대체기술자각, 기술탐색추구성향, 기술몰입, 자기상황자각, 스마트워치

I. 서 론

오늘날 마음챙김(mindfulness)은 기업문화에 도

입·확산되고 있다. 저명한 글로벌 IT 기업인 인텔, 구글, 마이크로소프트, 페이스북 등은 사내 직원 들을 대상으로 마음챙김 프로그램을 지속적으로

추진하고 있으며, 업무시간 중에 마음챙김 시간을 갖도록 권장하고 있다(유정은, 2014; 이성규, 2017). 이러한 기업의 변화는 마음챙김이 직원들의 인지적 자각을 향상시키므로, 기업의 혁신역량을 축적하는데 중요한 역할을 한다는 인식에서 비롯된다(ChosunBiz, 2017).

마음챙김이란 현재 순간을 있는 그대로 자각하는 마음상태라고 정의할 수 있다(Kabat-Zinn, 1982; Kabat-Zinn *et al.*, 1992; Marlatt and Kristeller, 1999). 일반적으로 마음챙김은 인간의 정보처리 활동을 강하게 만들고, 사고의 범주를 새롭게 창조해 내거나, 한 가지 관점에만 얽매이지 않도록 도와주는 등 사람의 인지적 능력을 향상시키는 수단으로 알려져 있다(Langer, 1989; Langer, 2016). 이렇게 마음챙김의 정의 및 특성에서 알 수 있듯이, 마음챙김은 개인의 인지적 자각에 영향을 미칠 수 있다. 또한 이 인지적 자각은 곧 개인의 태도 및 행위와 유의미한 관계를 가질 가능성이 있다(Ajzen, 1985; Ajzen and Fishbein, 1980; Lazarus and Folkman, 1984).

최근 기업은 이러한 마음챙김을 조직 내 여러 분야에서 혁신의 수단으로 활용하고 있으나 기업의 혁신역량 향상이라는 포괄적인 목표에 머무르고 있다. 왜냐하면 마음챙김이 구체적으로 어떠한 분야에, 그리고 어떠한 요인에 영향력을 행사하는지 구체적으로 제시된 사례가 드문 편이기 때문이다(Business Insider, 2014; Tan, 2012). 따라서 본 연구는 마음챙김의 활용 가능성이 있는 여러 분야 중, 정보기술의 이용행태 분야에서 마음챙김이 어떠한 영향력을 행사하는지 확인하여 마음챙김 활용의 가치를 제시하고자 한다.

오늘날 경영의 효율성·효과성 증대를 위해 필수적으로 도입되는 정보기술의 수용은 이용자의 인지적 자각과 이로 인한 태도 및 행위와 밀접한 관련성이 있다(Davis, 1989; Taylor and Todd, 1995; Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh and Speier, 1999). 본 연구자는 마음챙김이 인간의 인지적 자각과 밀접한 관련성이 있다는 점에서 마음챙김이 정보기술

수용의 선행요인과 유의미한 관계에 있을 것으로 예상하였다. 따라서 본 연구는 마음챙김 및 정보기술 수용 선행요인 간의 관계 유무에 대한 연구적 질의를 갖는다. 본 연구의 목적은 마음챙김을 수행중인 기업 구성원을 대상으로 마음챙김이 정보기술 수용의 인지적 자각 요인과 어떠한 관계가 있는지 실증적인 방법으로 확인하고, 이를 바탕으로 정보기술 수용 방안으로서 마음챙김의 활용 및 방향성을 제시하는 것이다.

마음챙김이 정보기술 수용의 인지적 요인에 미치는 영향력을 확인하는 연구는 중요하다. 이전부터 많은 연구자들이 정보기술은 기업성과 및 기업혁신과 밀접한 연관성이 있다고 보였고(Hameed *et al.*, 2012; Hoque *et al.*, 2015; Lyytinen and Rose 2003; Sambamurthy and Zmud, 1999; Seo *et al.*, 2014; Strassman, 1990; Tanriverdi, 2005; 김근아, 김상현, 2013; 김창수 등, 2006), 이러한 정보기술의 수용은 이용자의 인지된 자각 및 태도로부터 결정된다는 것을 보였고(Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003). 이 선행연구들을 바탕으로 추론하여 볼 때, 개인의 인지적 자각에 영향을 미친다고 알려진 마음챙김이 정보기술 수용과 관련된 인지적 자각과 유의미한 관계에 있다면, 즉 정보기술 수용 과정에서 마음챙김의 역할이 존재한다면, 기업은 정보기술의 성공적 수용을 위한 수단으로서 마음챙김을 활용할 수 있을 것이다. 오늘날 마음챙김과 정보기술 모두는 기업성과 및 기업혁신을 위한 방편으로 부각된 만큼, 이와 관련된 실증연구는 궁극적으로 조직경영의 성공 요인에 기여할 것으로 기대한다. 또한 학술적 측면에서 볼 때, 정보기술 수용 과정에서의 마음챙김 역할 확인은 정보기술 수용 연구분야에서 고려할 수 있는 마음챙김이라는 자각적 요인의 특성을 제시하는 기회가 될 수 있을 것이다.

마음챙김이 정보기술 수용 과정에서 어떠한 역할을 수행하는지 확인하는 연구는 반드시 필요하다. 오늘날 제4차 산업혁명 시대가 도래하면서 스마트워치 등 사물인터넷 플랫폼의 다양한 정보기술 상

품 및 서비스가 출시·증가하고 있고, 기업은 이러한 정보기술을 통해 경영 혁신을 이뤄내고 있다. 하지만 전례없이 새롭고 다양하며 복잡한 사물인터넷 상품 및 서비스가 소개되고 있는 탓에 해당 정보기술이 자신의 업무적 상황에 유용한지, 혹은 적절한 것인지에 대해 이전보다 더욱 명확한 인지적 자각 능력이 필요하게 되었다. 다시 말해, 오늘날 정보기술 수용에 있어 무엇보다 중요한 것은 이전보다 더욱 더 고차원적인 인지적 자각 능력이 요구되고 있다는 것이다. 이는 정보기술 수용의 시행착오를 줄이기 위한 방편으로 정보기술에 대한 보다 높은 인지능력이 필요하다는 것을 의미한다. 이에 맞춰 마음챙김은 이러한 인지능력을 긍정적으로 발달시키는 역할을 수행할 수 있을 것이다. 이러한 배경은 본 연구의 목적인 정보기술 수용에서의 마음챙김 영향력 확인에 대한 필요성에 부합된다.

본 연구는 정보기술 수용 관점에서 마음챙김에 대한 학술적, 실무적 측면의 시사점을 제시한다. 학술적 측면에서 볼 때, 마음챙김은 주로 심리학, 철학 또는 종교 부문에서 다루어져 왔고, 최근에서야 기업 및 조직 운영에 미치는 긍정적인 효과에 대해 연구되기 시작하였다. 하지만 정보기술 이용행태 연구 부문에서 마음챙김의 영향력을 실증적으로 확인한 연구는 드문 편이다. 따라서 본 연구는 정보기술 수용 관점에서 마음챙김의 역할을 실증적으로 연구하였다는 점에서 희소성을 가지며, 이에 대한 연구결과는 향후 정보기술 이용행태 연구에서 마음챙김 요인의 연구 가능성을 제시할 수 있을 것이다. 실무적 측면에서 볼 때, 현재 많은 기업들이 마음챙김을 구체적으로 어떠한 분야에서 어떠한 효과를 위해 도입해야 하는지 고려할 수 있는 실증자료가 부족한 편이다. 특히, 기업의 정보기술 수용 부문에서 마음챙김을 활용한 사례는 매우 미비한 편이다. 따라서 본 연구의 실증분석 결과는 마음챙김이 기업 내의 정보기술 도입을 어떻게 이롭게 하는지, 그리고 성공적인 정보기술 도입을 위해 마음챙김을 어떻게 활용할 수 있는지에 대한 활용성 및 방향성을 제시할 수 있을 것이다.

다음의 제II장에서는 마음챙김과 정보기술 수용에 대한 이론적 배경을 살펴본다. 그리고 제III장에서는 선행연구를 바탕으로 연구가설 및 연구모형을 제시하며, 제IV장에서 연구모형에 대한 실증분석 및 분석결과를 살펴본다. 마지막으로 제V장에서는 분석결과를 기반으로 한 학술적, 실무적 시사점을 제시한다.

II. 이론적 배경

2.1 마음챙김(Mindfulness)의 개념

마음챙김(mindfulness)은 심리학, 철학 및 종교 분야에서 다양한 의미로 정의되어 왔다. Langer(1989, 2016)의 연구는 마음챙김이 크게 4가지 일반적 특성을 포함한다고 보았다. 이를 살펴보면, 첫째 마음챙김은 새로운 대상에 대해 열린 태도(openness to novelty)를 갖도록 하며, 둘째 마음챙김은 대상간의 서로 다른 차이점에 대한 자각(alertness to distinction)을 높인다. 셋째 마음챙김은 자신에게 처한 상황에 대해 더욱 더 민감(sensitivity to different contexts)하게 하며, 넷째 마음챙김은 한 가지 측면이 아닌 다양한 관점으로 자각(awareness of multiple perspectives)하도록 한다. 마지막으로 다섯째, 바로 현재의 순간을 지향(orientation in the present)하게 한다. 이러한 마음챙김의 4가지 특성은 인간의 인지적 자각에 유의미한 영향을 미치며, 이에 따른 결과로 마음챙김은 매순간 최적의 태도와 행동을 이끈다고 알려져 있다(Business Insider, 2014; Sun *et al.*, 2016).

오늘날 마음챙김이 인간의 태도와 행동에 긍정적인 역할을 한다는 실증연구가 발표되면서 경영, 교육, 의료 등 다양한 분야에서 마음챙김의 활용도가 부각되기 시작하였다(Baer, 2003; Brown and Ryan, 2003; Dane, 2011; Fiol and O'Connor, 2003; Langer, 1989; Levinthal and Rerup, 2006; Shapiro *et al.*, 2006; Sun *et al.*, 2016). 마음챙김은 여러 분야 중, 특히 경영 분야에서 주목받고 있는데 그 이유는

마음챙김이 조직 구성원들의 육체적, 심리적 안정과 각성을 도모하여 자신뿐만 아니라 조직 내외의 상황을 정밀히 자각하게 만들고, 이는 곧 업무적 상황에 적합한 태도 및 행위에 도움을 줄 수 있기 때문이다(Baer, 2003; Brown and Ryan, 2003; Business Insider, 2014; Dane, 2011; Tan, 2012).

정보기술 수용은 개인의 인지적 자각, 태도 및 행위라는 일련의 과정을 통해 이루어진다(Ajzen, 1985, 1991; Davis, 1989; Fishbein and Ajzen, 1975; Venkatesh *et al.*, 2003). 앞서 살펴본 마음챙김의 특성으로 볼 때, 정보기술 수용 과정은 해당 정보기술이 자신에게 긍정적인지 자각하는 과정이 존재하므로, 이 과정에서 마음챙김의 효과가 발휘될 수 있을 것이다. 따라서 본 연구는 마음챙김의 특성이 기업 내 정보기술 수용 과정에서 인지된 자각과 밀접한 관계를 가질 것이라고 본다.

정보기술 수용 연구분야에서 마음챙김 요인의 특성을 파악하기 위한 선행연구가 수행되었다. Roberts *et al.*(2015) 연구는 마음챙김의 특성인 차이에 대한 깨어있음(alertness to distinction), 새로움에 대한 열린 자세(openness to novelty), 다양한 관점의 알아차림(awareness of multiple perspectives), 현재에 대한 지향(orientation in the Present)이 IT 수용 및 이용, 신뢰성과 관련이 있음을 보였다. 이 연구를 기반으로 Sun *et al.*(2016) 연구는 정보기술 수용에 초점을 맞춘 마음챙김 요인을 개발하고, 이를 MTA(mindfulness of technology acceptance)라고 명명하였다. MTA는 마음챙김과 관련된 선행연구를 바탕으로 정보기술 수용 관점에서 마음챙김을 4 가지 차원으로 제시한 것을 의미한다. 이를 살펴보면 첫째, 마음챙김은 정보기술의 몰입(engagement with the technology)을 가능케 한다. 마음챙김을 통해 심신이 안정된 상태에서 인간은 보다 활발히 기술에 대한 정보를 수집하거나 참여할 수 있다. 따라서 마음챙김에 따른 정보기술의 몰입은 해당 정보기술의 이해 및 특징에 보다 면밀히 접근할 수 있고, 이를 통해 해당 정보기술의 기능적, 지원적 수준에 대해 충분히 이해할 수 있도록

돕는다. 두 번째로 정보기술의 기술탐색추구성향(technological novelty seeking)을 일으킨다. 마음챙김은 새로운 정보기술을 쫓는 성향을 일으키고, 해당 정보기술을 탐구하게 함으로서 끊임없이 해당 정보기술에 대한 지식을 확장시킬 수 있도록 한다(Langer, 1989). 다시 말해, 마음챙김은 정보기술과 관련된 지식의 범주를 지속적으로 확장시켜 기존 정보기술과 특정 정보기술을 의식적으로 비교할 수 있도록 하고, 이를 통해 해당 정보기술의 특징점을 명확하게 인식할 수 있도록 돕는다. 셋째, 마음챙김은 자기상황에 대해 자각(awareness of local contexts)하도록 한다. 자신만의 정보기술 수용 상황은 매우 복잡한데, 마음챙김은 정보기술의 필요성, 학습능력, 기술지원 가용성, 존재하는 기술과의 호환성, 동료와의 상호작용 등 매우 복잡하게 얽혀 있는 사실을 정밀히 생각할 수 있도록 돕는다. 넷째, 마음챙김은 대체 기술을 인지(cognizance of alternative technologies)하게 한다. 마음챙김은 정보기술 수용자로 하여금 다양한 관점으로 정보기술을 자각하게 하여 대안적 기술에 대해 개방적으로 만든다. 그리하여 해당 정보기술의 대안이 되는 정보기술에 대한 통찰력을 갖도록 한다. 이렇게 MTA(mindfulness of technology acceptance)는 해당 정보기술에 대한 이해를 강화하고, 탐구를 자극하며, 정보기술 수용 맥락에서 자기상황의 자각을 돕고, 대안 기술의 수용에 대해 개방적으로 느낄 수 있도록 하는 자각적 요소들의 집합을 의미한다. 다시 말해, 마음챙김은 정보기술을 수용함에 있어 해당 정보기술에 대해 보다 높은 몰입을 갖도록 하며, 해당 정보기술의 지식 습득에 도움을 줄 수 있으며, 해당 정보기술이 자신의 업무적 상황에 적합한지 보다 세심히 고려하게 하고, 해당 정보기술 수용 시 다른 대안적 정보기술에 대한 이해를 도울 수 있을 것이다. 즉, 마음챙김은 정보기술의 본질에 대해 더욱 향상된 이해를 갖도록 돕는 역할을 할 것이다. 본 연구는 정보기술 수용의 선행요인이 이용의도 및 이용행위에 미치는 영향력을 MTA가 어떻게 조절하는지 확인

하여 마음챙김의 효과를 확인하고자 한다.

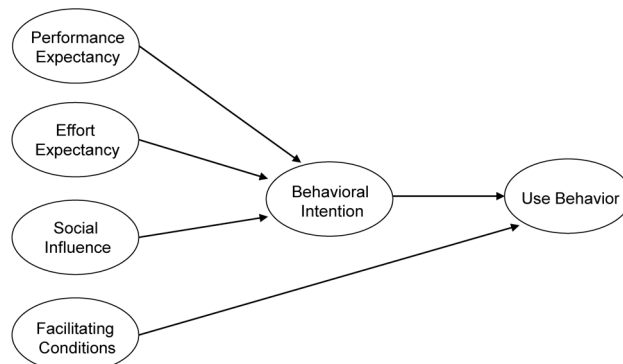
2.2 정보기술 수용 연구

정보기술 수용 연구는 주로 정보기술 및 정보시스템의 수용에 영향을 미치는 요인들을 설명한다. Davis(1989)의 연구로부터 제안된 기술수용모형(TAM, technology acceptance model)은 가장 잘 알려진 기술수용이론으로 합리적 행동 및 계획된 행동에 이론적 기반을 두고 있다. 기술수용모형의 인과적 구조는 신념이 태도에 영향을 미치고, 태도는 의도에 영향을 미치며, 의도는 행위를 불러일으킨다는 논리에 근거한다. 기술수용모형은 주로 개인별, 정보기술별 특성들이 정보기술에 대한 태도 및 이용의도, 이용행위에 어떠한 설명력을 갖는지 탐구하는 연구의 근간이 되어 왔다.

근래에 기술수용모형 보다 더 높은 설명력을 갖는 인과모형으로 제시된 것이 바로 통합기술수용이론이다. 통합기술수용이론(UTAUT, unified theory of acceptance and use of technology)은 기존의 다양한 선행연구에서 제시된 행태적 이론들의 통합을 제안한 것으로, 합리적 행동이론(TRA, theory of reasoned action), 계획된 행동이론(TPB, theory of planned behavior), 기술수용이론(TAM, technology acceptance model), TAM-TBP 결합이론(combined TAM-TPB), 동기유발이론(MM, motivational mod-

el), PC활용이론(MPCU, model of PC utilization), 혁신확산이론(IDT, innovation diffusion theory), 사회인지이론(SCT, social cognitive theory)을 하나의 기술수용이론으로 통합한 모형이다(Venkatesh *et al.*, 2003). 통합기술수용이론의 가장 큰 특징은 이 8가지 이론에서 제시된 관측요인을 기반으로 정보기술 이용의도 및 이용행위에 강력한 영향을 미치는 설명요인을 도출하였다는 것이며, 이 설명요인은 성과기대(performance expectancy), 노력기대(effort expectancy), 사회적 영향(social influence), 촉진조건(facilitating conditions)이다(Venkatesh *et al.*, 2003).

성과기대(performance expectancy)는 특정 정보기술을 이용함에 따라 자신의 업무적 성과가 향상될 것이라고 믿는 정도를 의미하는데, 기술수용모형의 인지된 유용성(perceived usefulness) 요인(Davis, 1989), 동기유발이론의 외재적 동기(extrinsic motivation) 요인(Davis *et al.*, 1992), PC활용이론의 직무 적합도(job-fit) 요인(Thompson *et al.*, 1991), 혁신확산이론의 상대적 이점(relative advantage) 요인(Moore and Benbasat, 1991; Rogers, 2003), 사회인지이론의 산출기대(outcome expectation) 요인(Compeau *et al.*, 1995)으로부터 제시되었던 개념이다. 노력기대(effort expectancy)는 특정 정보기술을 이용하는 것이 용이하다고 믿는 정도를 의미하며, 기술수용모형의 인지된 이용용이성(perceived ease of use) 요



〈Figure 1〉 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

인, 혁신확산이론의 이용용이성(ease of use) 요인으로부터 제시된 개념이다. 사회적 영향(social influence)은 정보기술 수용에 영향을 줄 수 있는 개인 주변의 영향을 일컫는 것으로(Deutsch and Gerard, 1955), 자신에게 증대한 영향을 미치는 사람들이 특정 정보기술을 사용해야 한다고 느끼는 압박의 정도를 의미한다(Venkatesh *et al.*, 2003). 이는 계획된 행동이론의 주관적 규범(subject norm) 요인(Ajzen, 1991), PC활용이론의 사회적 요인(social factors)(Thompson *et al.*, 1991), 혁신확산이론의 이미지(image) 요인(Moore and Benbasat, 1991)으로부터 제시된 개념이다.

촉진조건(facilitating conditions)은 특정 정보기술을 이용함에 있어 조직적으로 지원되는 기술 인프라가 존재, 제공된다고 믿는 정도를 의미한다. 이는 합리적 행동이론과 계획된 행동이론의 인지된 행위통제(perceived behavioral control) 요인(Ajzen, 1991; Taylor and Todd, 1995), PC활용이론의 촉진상태(facilitating conditions) 요인(Thompson *et al.*, 1991), 혁신확산이론의 적합성(compatibility) 요인(Moore and Benbasat, 1991)으로부터 제시된 개념이다.

본 연구는 통합기술수용이론을 바탕으로, 마음챙김이 정보기술 수용의 선행요인에 대한 영향력을 어떻게 조절하는지 확인한다. 즉, 앞서 살펴본 기술수용 분야의 마음챙김 요인인 정보기술몰입, 기술탐색추구성향, 자기상황자각, 대체기술인지가 통합기술수용이론 요인인 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건에 어떠한 조절효과를 갖는지 확인한다.

III. 연구 설계

3.1 가설 설정

본 연구는 통합기술수용이론(unified theory of acceptance and use of technology)을 기반으로 마음챙김(mindfulness) 요인들이 정보기술 수용의 선행요인에 어떠한 조절효과를 갖는지 확인한다. 다시

말해, 본 연구는 통합기술수용이론에서 제시되었던, 정보기술 이용의도 및 이용행위의 선행요인인 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건 요인이 정보기술 측면의 마음챙김, 즉 MTA(mindfulness in technology acceptance)의 요인들에 의해 조절될 것이라는 가설을 가진다.

3.1.1 성과기대(Performance Expectancy)와 대체기술자각(Cognizance of Alternative Technologies)

본 연구에서 성과기대는 스마트워치를 사용함에 따라 자신의 업무성과를 향상시킬 수 있다고 믿는 정도를 의미한다(Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003). 성과기대는 지금까지 많은 연구자들로부터 새로운 정보기술 수용의 중요한 선행요인임이 확인되었다(AbuShanab and Pearson, 2007; Lai and Lai, 2014). 스마트워치가 업무성과에 도움을 준다는 기대가 강할수록 스마트워치의 이용의도는 더욱 강해질 가능성이 있다. 스마트워치에 대한 성과기대는 업무와 관련된 유용성, 생산성 등의 자각을 포함하고 있고, 이에 대한 충분한 이해를 바탕으로 성과에 대한 기대를 갖게 된다. 이 과정에서 마음챙김은 정보기술 수용자의 성과기대를 더욱 강화시킬 가능성이 있다. 앞서 살펴본 정보기술 수용에서의 마음챙김 특성에 따르면, 마음챙김은 스마트워치 수용 전에 스마트워치에 대안이 되는 다른 정보기술을 자각하도록 돕는다. 대체기술자각은 이용자가 스마트워치의 대안 기술에 대해 고려한 정도를 의미한다. 스마트워치를 수용하기 전, 이에 대응되는 다른 대안적 정보기술을 고려함에 따라 비교적 새로운 정보기술인 스마트워치의 유용성, 생산성 등의 자각이 더욱 강화될 가능성이 있다. 예를 들어, 실시간 업무정보 수신을 위한 목적으로 스마트워치를 선택하기 전, 대안의 정보기술로 스마트폰, 태블릿 등을 고려할 수 있을 것이며, 이러한 대안 간의 비교를 통해 최신 정보기술인 스마트워치의 유용성 또는 생산성 등을

더욱 강하게 자각할 수 있는 기회를 갖을 것이다. 다시 말해, 대체 정보기술의 자각으로 인한 해당 정보기술의 명확한 특성 인지는 정보기술이 자신의 업무성과에 도움이 될 것이라는 기대를 더욱 확고히 가져다주거나, 더욱 풍부하게 만들어 줄 것이다. 대체기술자각 요인은 Sun *et al.*(2016)이 제안한 관측요인을 기반으로 하였으며, 본 연구의 배경에 적합하게 수정하여 이용하였다. 이를 반영한 연구가설은 다음의 H1, H1-1과 같다.

H1: 스마트워치에 대한 성과기대는 이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H1-1: 대체기술자각은 스마트워치의 성과기대가 이용의도에 미치는 영향을 증가시킬 것이다.

3.1.2 노력기대(Effort Expectancy)와 기술탐색추구성향(Technological Novelty Seeking)

본 연구에서 노력기대는 스마트워치 이용자가 스마트워치 사용법을 쉽게 익힐 수 있거나, 스마트워치를 능숙하게 이용하는 것이 비교적 쉬울 것이라고 믿는 정도를 의미한다. 노력기대는 새로운 정보기술 수용에 있어 중요한 선행요인으로 알려져 있다(AbuShanab and Pearson, 2007; Martins *et al.*, 2014; Venkatesh *et al.*, 2003). 스마트워치가 기존 정보기술보다 이용방법이 용이하다는 특징은 이용의도에 강한 영향력을 미치는 요인으로 볼 수 있을 것이다. 하지만 오늘날 비교적 최신 정보기술인 스마트워치에 대한 생소함은 이용 용이성, 편의성에 대한 자각, 즉 노력기대에 대한 인지 결여로 이어질 수 있다(김현모 등, 2016; 한국사물인터넷협회, 2017). 이러한 상황에서 마음챙김은 노력기대를 증가시킬 수 있을 것이다. 앞서 살펴본 듯이, 정보기술 수용에서 마음챙김은 정보기술에 대한 탐색추구성향(Technological Novelty Seeking)을 갖도록 한다. 기술탐색추구성향은 수용자가 스마트워치의 독특함을 더 잘 알기 위해 해당 정보기

술과 기존 정보기술을 비교하는 정도를 의미한다. 즉, 정보기술을 자발적으로 비교, 탐구하여 정보기술에 대한 특징을 이해하도록 돕는다(Langer, 1989; Sun *et al.*, 2016). 스마트워치는 웨어러블(wearable) 장치로 기존 정보기술 보다 용이성이나 편의성에서 매우 진보된 기술이다(김현모 등, 2016; Patel *et al.*, 2016). 따라서 기술탐색추구성향은 정보기술 이용의 더 나은 이용 용이성, 편의성 인지의 원동력이 될 수 있을 것이다. 수용자가 스마트워치와 기존 정보기술 간에 이용용이성, 편의성 측면의 차이에 대해 이해하게 된다면, 스마트워치에 대한 실질적인 노력의 기대 정도는 더욱 강하게 자각될 수 있을 것이다. 탐색추구성향은 Sun *et al.*(2016)이 제안한 관측요인을 본 연구의 배경에 적합하게 수정하여 이용하였다. 이를 반영한 연구가설은 다음의 H2, H2-1과 같다.

H2: 스마트워치에 대한 노력기대는 이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H2-1: 기술탐색추구성향은 스마트워치의 노력기대가 이용의도에 미치는 영향력을 증가시킬 것이다.

3.1.3 사회적 영향(Social Influence)과 자기상황자각(Awareness of Local Contexts)

본 연구에서 사회적 영향은 스마트워치를 이용해야 한다고 느끼게 만드는 주변 사람들의 암묵적 압력으로(Venkatech *et al.*, 2003), 자신에게 영향을 미치는 주변 사람들이 스마트워치를 이용해야 한다고 생각하고 있음을 자각하는 정도이다. 업무수행에 있어 스마트워치를 이용해야 한다는 조직 및 타인의 의견, 주장, 태도가 수용자의 태도, 행동에 동조를 일으킬 수 있다(Bearden *et al.*, 1989; Becker, 1991; Bikhchandani *et al.*, 1998). 다시 말해, 주변인들이 스마트워치에 대해 긍정적인 자각을 갖고 있음을 느낀다면, 이에 이끌려 스마트워치를 이용하려는 의도가 발생할 가능성이 있다. 하지만 이러

한 사회적 영향으로 인한 수용은 타의에 의해 발생하므로, 개인의 업무적 상황과는 적합하지 않을 수 있다. 이러한 상황에서 마음챙김은 타의보다 자의적으로 정보기술을 수용하는 것이 더욱 합리적이라고 느끼게 할 수 있다. 앞서 정보기술 수용의 마음챙김 특성에서 살펴보았듯이, 마음챙김은 자신의 상황에 대한 자각(awareness of local contexts)을 불러 일으켜 자신에게 처한 여러 가지 상황을 더욱 정교하게 이해하도록 도와준다. 본 연구에서 자기상황자각은 스마트워치가 자신의 상황 및 요구에 적합한지 생각하는 정도를 의미한다. 마음챙김은 정보기술을 수용하고자 할 때, 자신의 상황 및 요구를 면밀히 사고함에 따라 타인에 의한 동조와 대조적으로 자신에게 처한 여러 상황들을 스스로 고려하여 의사결정 하도록 도울 수 있다. 자기상황자각을 통해 스마트워치에 대한 필요성, 적합성 등 자신의 상황에 대해 심도 있게 생각할 기회를 가진다면, 타인에 의한 동조가 아닌 자신이 처한 상황에 기반하여 스마트워치의 수용을 결정하게 될 것이다. 즉, 자기상황자각은 사회적 영향이 스마트워치의 이용의도에 미치는 영향을 감소시킬 수 있을 것이다. 자기상황자각은 *sun et al.(2016)*이 제안한 관측요인을 기반으로 하되, 본 연구의 배경에 적합하게 수정하였다. 이를 반영한 연구가설은 다음의 H3, H3-1과 같다.

H3: 스마트워치에 대한 사회적 영향은 이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H3-1: 자기상황자각은 스마트워치의 사회적 영향이 이용의도에 미치는 영향력을 감소시킬 것이다.

3.1.4 촉진조건(Facilitating Conditions)과 기술몰입(Engagement with Technology)

본 연구에서 촉진조건이란 스마트워치를 원활히 이용하기 위한 기술 인프라 및 기술적 지원이 가능하다고 믿는 정도를 의미한다(*Venkatesh et*

al., 2003). 촉진조건은 보통 새로운 정보기술이 도입될 때 필요한 자원, 지식, 조직적 지원을 의미하는데, 이는 정보기술 이용의 안정감을 갖게 하므로 정보기술 수용에 중요한 요인이라고 알려져 있다. 스마트워치는 비교적 새로운 플랫폼의 정보기술로 조직의 원활한 기술적 지원에 대한 자각이 스마트워치 수용에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이다. 앞서 살펴보았듯이, 정보기술 수용에서 마음챙김은 새로운 정보기술에 열린 마음을 갖게 하여 심신이 안정된 상태에서 정보기술에 대한 정보 및 특성에 대해 몰입할 수 있도록 돕는다. 본 연구에서 기술몰입이란 스마트워치의 기능 구현을 위한 전반적인 정보를 적극적으로 조사, 탐구해 보는 정도를 의미한다. 특히, 스마트워치라는 단일 디바이스뿐만 아니라 이와 연결된 무선 인프라 및 소프트웨어 지원 등에 대한 명확한 정보 및 지식을 필요로 한다. 이 때 마음챙김으로 인한 기술몰입은 스마트워치와 관련된 조직의 기술적 인프라 전반에 대한 폭넓은 이해를 도울 것이며, 이는 스마트워치의 촉진조건에 대한 확신을 견고히 가져다줄 수 있을 것이다. 따라서 수용자는 마음챙김으로 인한 기술몰입(Engagement with Technology)을 통해 스마트워치의 촉진활동과 관련된 실체를 더욱 명확히 함으로써 촉진조건에 대한 영향력을 더욱 크게 느낄 수 있을 것이다. 이를 반영한 연구가설은 다음의 H4, H4-1과 같으며, 기술몰입 요인은 *Sun et al.(2016)*이 제안한 관측요인을 본 연구의 배경에 적합하게 수정, 이용하였다.

H4: 스마트워치의 촉진조건은 이용에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H4-1: 기술몰입은 스마트워치의 촉진조건이 이용에 미치는 영향을 증가시킬 것이다.

3.1.5 이용의도(Behavioral Intention to Use)와 이용행위(Use Behavior)

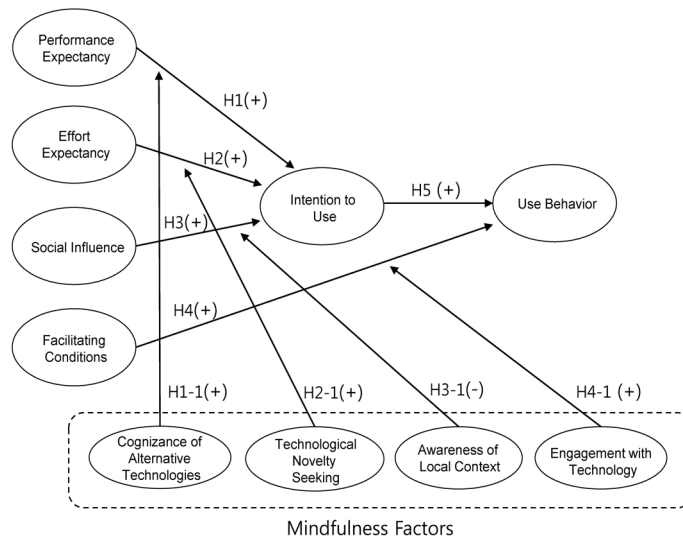
통합기술수용이론(UTAUT)의 궁극적인 목적은 어떠한 독립변수가 이용의도를 유발하여 이용행

위를 일으키는지 확인하는 것에 있다(Venkatesh *et al.*, 2003). 통합기술수용이론의 근간이 된 합리적 행동이론(TRA), 계획된 행동이론(TPB) 등 여러 행동이론에서 실제 행동은 의도로부터 유발된다는 것이 확인되었다(Ajzen and Fishbein, 1980; Ajzen,

1991). 또한 기술수용모델(TAM), TAM-TBP 결합 이론(combined TAM-TPB)에서 정보기술의 이용의도는 정보기술의 이용행위에 대한 강력한 선행요인임이 확인되었다(Davis *et al.*, 1989; Taylor and Todd, 1995). 본 연구 역시 스마트워치의 이용의도

〈Table 1〉 Operational Definitions

Conceptual Variable	Operational Definition	References
Performance Expectancy	The degree to which an individual believes that using the smartwatch will help him or her to attain gains in job performance.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
Effort Expectancy	The degree of ease associated with use of the smartwatch.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
Social Influence	The degree to which an individual perceives that important others believe he or she should use the smartwatch.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
Facilitating Conditions	The degree to which an individual believes that an organizational and technical infrastructure exists to support use of the smartwatch.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
Intention to Use	An indication of an individual's readiness to use behavior.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
cognizance of Alternative Technologies	The degree to which a person is aware of a smartwatch's alternative options and their advantages and drawbacks	Langer(1989), Sun <i>et al.</i> (2016)
Technological Novelty Seeking	The degree to which a person compares the smartwatch with existing technologies so that the individual is more aware of its uniqueness.	Langer(1989), Sun <i>et al.</i> (2016)
Awareness of Local Contexts	The degree to which a person thinks about how the smartwatch fits the individual's local specifics and own needs.	Langer(1989), Sun <i>et al.</i> (2016)
Engagement with Technology	The degree to which a person actively seeks information about the smartwatch in terms of its functionalities.	Langer(1989), Sun <i>et al.</i> (2016)



〈Figure 2〉 Research Model

는 이용행위를 불러일으킬 것이라는 선행연구의 논리적 근간을 따른다. 본 연구에서 이용의도 (Intention to Use)는 스마트워치를 이용하려는 의도 정도를 의미하며, 이용행위(Use Behavior)는 실제 스마트워치를 이용하는 정도를 의미한다. 이를 기반으로 한 가설은 다음의 H5와 같다.

H5: 스마트워치의 이용의도는 이용행위에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서 사용된 변수의 조작적 정의는 <Table 1>과 같으며, 앞서 제시된 9개의 가설을 도식화한 연구모형은 <Figure 2>와 같다.

IV. 실증분석

4.1 데이터 수집 및 표본 특성

본 연구는 마음챙김의 4가지 요인이 스마트워치 이용의도 및 이용행위의 선행요인에 조절효과를 갖는지 실증적인 방법으로 확인하기 위해 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 마음챙김 또는 명상을 주 1회 이상 수행하면서 스마트워치를 업무에 활용하는 중국기업 근무자를 대상으로 진행되었다. 설문조사 기간은 2017년 12월 4일부터 2017년 12월 15일까지 약 2주 동안 수행되었으며, 총 315명의 설문 응답 중, 불성실한 응답을 제외한 277명의 설문결과가 실증분석에 이용되었다. 수집한 표

<Table 2> General Characteristics of the Sample

Characteristic	Types	Frequency	Percent(%)
Gender	Male	145	52
	Female	132	48
Age	20s	79	29
	30s	65	23
	40s	72	26
	50s	44	16
	Over 60s	17	6
	Education	Senior high school	25
	College/university	227	82
	MA/Ph.D	25	9
Frequency mindfulness per week	1~3	132	48
	4~6	70	25
	7~9	59	21
	>10	16	6
Average time spent on mindfulness per time	< 10 minutes	21	8
	10~20 minutes	89	32
	20~30 minutes	117	42
	30~60 minutes	35	13
	>1 hour	15	5
Mindfulness Experience	No more than 3 months	12	4
	3 months~6 months	49	18
	6 months~9 months	95	34
	9 months~12 months	103	37
	More than 1 year	18	6
Total		277(100%)	

본의 인구통계학적 특성은 <Table 2>와 같다.

표본의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 설문 응답자의 성별은 남성 52%(145명), 여성 48%(132명)이며, 이들의 연령대는 20대 29%(79명), 30대 23%(65명), 40대 26%(72명), 50대 16%(44명), 60대 6%(17명)인 것으로 나타났다. 설문응답자의 교육수준은 전문대학 및 대학교 졸업이 82%(227명)로 대부분을 차지하였으며, 고등학교 졸업은 9%(25명), 석사 및 박사학위자는 9%(25명)로 나타났다. 설문응답자의 주별 마음챙김 수행 횟수를 살펴보면, 절반 이상인 48%(132명)가 주별 1~3회 마음챙김을 갖는 것으로 나타났고, 주별 4~6회는 25%(70명), 주별 7~9회는 21%(59명), 주별 10회 이상은 6%(16명)인 것으로 나타났다. 한번의 마음챙김 수행 시 소비하는 시간은 20~30분이 42%(117명)로 가장 많은 비율을 차지하였고, 그 다음으로는 10~20분이 32%(89명), 30~60분은 13%(35명), 10분 미만은 8%(21명), 1시간 이상은 5%(15명)인 것으로 나타났다. 마음챙김을 수행한 기간은 9~12달이 37%(103명), 6~9달은 34%(95명)로 높은 비율을 차지하였고, 3~6달은 18%(49명), 3달 미만 및 1년 이상은 각각 6%(18명)를 차지하였다.

4.2 집중타당도 및 판별타당도

본 연구에서 개발한 연구모형의 적절성을 판단

하기 위해 집중타당도(convergent validity)와 판별타당도(discriminant validity) 분석을 수행하였다. 집중타당도의 적절성은 관측변수 기반의 확인적 요인분석을 통해 요인적재량(factor loading, FL), 합성신뢰도(composite reliability, CR), 분산추출지수(average variance extracted, AVE)로 판단하였다. 가장 먼저 확인적 요인분석 결과를 살펴보면, 모든 관측요인의 요인적재량(factor loading)이 기준값인 0.7을 상회하는 것으로 나타났다. 그리고 모든 설명요인의 합성신뢰도(CR) 및 Cronbach's a 값은 기준값인 0.7을 상회하였으며, 분산추출지수(AVE) 역시 기준값인 0.6을 상회하였다(Cronbach, 1951; Van de Ven and Ferry, 1980). 따라서 본 연구의 모든 요인들은 집중타당도를 확보하였다고 볼 수 있다. 요인적재량, 합성신뢰도, Cronbach's a, 분산추출지수의 분석 결과는 <Table 3>과 같다. 판별타당도의 적절성은 분산추출지수의 제곱근 값이 각 요인의 상관관계(correlations) 계수 값보다 큰지 확인하여 판단한다(Bagozzi et al., 1998; Fornell and Larcker, 1981). 이에 대해 확인한 결과, 모든 분산추출지수의 제곱근 값이 각 요인의 상관관계 계수 값을 상회하는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구의 모든 요인들은 판별타당도를 확보하였다고 볼 수 있다. 상관관계 분석 및 분산추출지수 제곱근 값의 결과는 <Table 4>와 같으며, 각 요인에 대응하는 대각선의 값은 분산추출지수의 제곱근 값을 의미한다.

<Table 3> The Results of Factor Analysis

Factor	Items	FL	Cronbach's a	CR	AVE
Performance Expectancy	I would find smartwatch useful in my job.	0.842	0.912	0.917	0.889
	Using smartwatch enables me to accomplish task more quickly.	0.912			
	Using smartwatch increases my productivity.	0.861			
Effort Expectancy	My interaction with smartwatch would be clear and understandable.	0.821	0.927	0.972	0.922
	I would find smartwatch easy to use.	0.877			
	Learning to operate smartwatch is easy for me.	0.911			

〈Table 3〉 The Results of Factor Analysis(Continued)

Factor	Items	FL	Cronbach's a	CR	AVE
Social Influence	People who influence my behavior think that I should use smartwatch.	0.889	0.905	0.946	0.853
	People who are important to me think that I should use smartwatch for job.	0.792			
	I would use smartwatch if my friends and colleagues used them.	0.822			
Facilitating Conditions	I have the resources necessary to use smartwatch.	0.898	0.911	0.923	0.822
	I have the knowledge necessary to use smartwatch.	0.855			
	There is a specific person or group available for assistance with any technical problems of smartwatch I may encounter.	0.901			
Technological Novelty Seeking	I paid attention to differences of smartwatch from any other technology I previously used.	0.912	0.891	0.975	0.861
	I tended to figure out how smartwatch was unique in relation to IT that I am currently using.	0.909			
	I was mindful about how smartwatch differed from similar IT I had used	0.901			
Engagement with Technology	I was engaged in investigating smartwatch when making the adoption decision.	0.965	0.889	0.967	0.876
	I gathered factual information about smartwatch before making the adoption decision.	0.857			
	I got involved in exploring this smartwatch before I adopted it.	0.909			
Awareness of Local Context	When making the decision to adopt smartwatch, I thought about how smartwatch might help my job.	0.877	0.902	0.991	0.899
	When making the decision to adopt smartwatch, I thought about how smartwatch might change the way my work was done.	0.922			
	When making the decision to adopt smartwatch, I thought about how smartwatch may be compatible with my assignment requirements.	0.917			
Cognizance of Alternative Technology	I attended to alternative views regarding smartwatch before making the adoption decision.	0.869	0.872	0.987	0.911
	I was aware of other IT device than smartwatch before deciding to adopt it.	0.922			
	I thought about alternative IT to address my demands when deciding to adopt this smartwatch.	0.943			
Intention to Use	I intend to use the smartwatch.	0.892	0.899	0.981	0.917
	I predict I will use smartwatch in my work.	0.955			
	I have a plan to use smartwatch in the near future	0.905			
Use Behavior	I frequently use smartwatch.	0.941	0.903	0.978	0.920
	I use smartwatch on a regular basis.	0.883			
	I frequently work through smartwatch.	0.899			

<Table 4> Construct Correlation and Discriminant Validity

Construct	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]
[1] Performance Expectancy	0.943									
[2] Effort Expectancy	0.433	0.960								
[3] Social Influence	0.343	0.412	0.924							
[4] Facilitating Conditions	0.465	0.387	0.411	0.894						
[5] Novelty Seeking	0.543	0.453	0.459	0.472	0.928					
[6] Engagement with Technology	0.323	0.511	0.325	0.389	0.333	0.936				
[7] Awareness of Local Context	0.433	0.487	0.443	0.424	0.408	0.499	0.948			
[8] Cognizance of Alternative Technologies	0.512	0.412	0.394	0.433	0.334	0.304	0.495	0.955		
[9] Intention to Use	0.552	0.445	0.413	0.487	0.398	0.385	0.432	0.325	0.957	
[10] Use Behavior	0.335	0.232	0.374	0.387	0.402	0.421	0.223	0.424	0.339	0.959

*Diagonal elements are the square roots of the AVE of each construct.

4.3 구조모형: SEM 분석

본 연구에서 활용된 모든 요인들에 집중타당도 및 판별타당도의 적절성을 바탕으로 구조모형에 기반한 SEM(structural equation modeling) 분석을 수행하였다. <Table 5>는 본 연구의 구조모형이 가진 적합도 지수를 확인한 결과이다. 측정된 모든 적합도 지수는 권고 수용기준치에 부합하고 있음을 확인할 수 있다. SRMR 값은 기준값인 0.085 이하인 0.066로 나타났으며, Chi-square를 자유로도 나눈 CMIN/DF 값은 기준값 범주인 1.0~4.0에 해당하는 3.117로 나타났다(Hu and Bentler, 1999). GFI, AGFI, NFI, CFI 역시 권고 수용기준치를 상회하고 있으므로 연구모형은 구조적으로 적합하다고 판단할 수 있으며, SEM 분석 결과는 신뢰할 수 있다 (Anderson and Gerbing, 1984; Bentler and Bonett, 1980; Maccallum *et al.*, 1996).

앞서 제시한 9개의 가설에 대한 SEM분석을 수행하였고, 그 결과는 <Table 6> 및 <Figure 3>과 같다. H1, H2, H3, H4, H5는 통합기술수용이론의 독립변수가 이용의도 및 이용행위에 미치는 영향을 확인하는 가설이다. 가설검정 결과를 살펴보면, 성과기대, 노력기대, 사회적 영향은 이용의도에 0.01% 유의수준에서 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 이에 따라 H1, H2, H3은 지지되었다. 촉진조건은 이용행위에 0.05% 유의수준에서 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 이에 따라 H4는 지지되었다. 또한 이용의도는 이용행위에 0.01% 유의수준에서 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 H5는 지지되었다. 통합기술수용이론에서 제시된 모든 독립변수가 스마트워치의 이용의도 및 이용행위에 주요한 선행요인임이 확인되었다. 이 결과는 통합기술수용이론이 다른 정보기술 및 정보시스템처럼 스마트워치의 이용

<Table 5> Goodness of Fit Test

Goodness of fit item	Standardized RMR(SRMR)	CMIN/DF (X ² /DF)	GFI	AGFI	NFI	CFI
Measurement value	0.066	3.117	0.885	0.875	0.927	0.931
Recommended acceptance standard	0.085 or under	1.0~4.0	0.85 or higher	0.80 or higher	0.9 or higher	0.9 or higher

의도 및 이용행위의 주요 요인들을 제시해 주는 보편타당한 수용이론임과 동시에, 스마트워치의 수용 요인을 밝히는 수단적 이론으로 활용할 수 있음을 의미한다. 분석결과와 같이, 스마트워치가 자신의 성과를 향상시킬 수 있다는 자각과 스마트워치를 쉽게 익히거나, 능숙하게 이용할 수 있다는 자각, 그리고 스마트워치에 대한 주위의 긍정적인 인식이 스마트워치의 이용의도를 불러일으키는 주요 요인임이 확인되었다. 또한 스마트워치를 원활히 이용할 수 있도록 돕는 기술 인프라 및 기술적

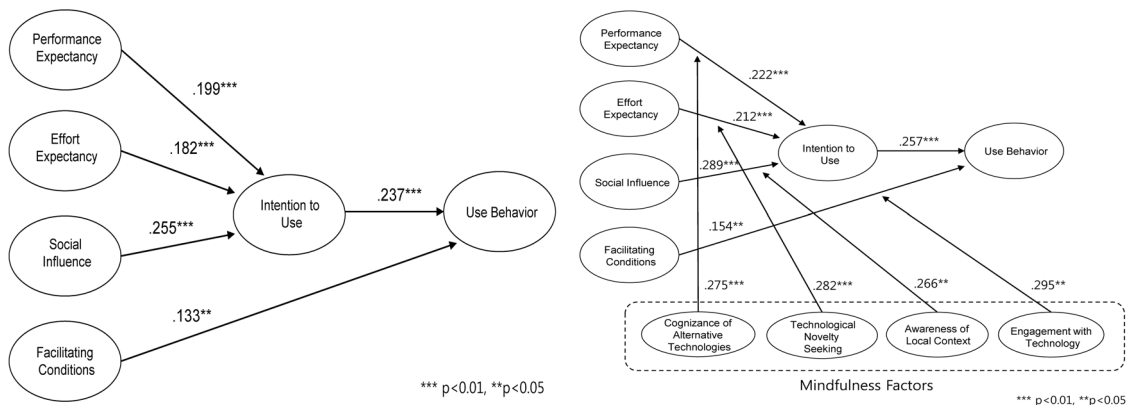
지원이 스마트워치의 이용행위를 불러일으킨다고 볼 수 있다.

H1-1, H2-1, H3-1, H4-1은 통합기술수용이론의 4가지 독립요인 영향력이 마음챙김 요인에 따라 어떻게 조절되는지 확인하는 가설이다. 마음챙김 요인인 대체기술인지, 기술탐색추구성향, 자기상황자각, 기술몰입 요인은 대응되는 각각의 요인에 0.01% 또는 0.05% 유의수준에서 조절효과를 갖는 것으로 나타났다. 대체기술인지 요인은 성과기대가 이용의도에 미치는 영향을 증가시켰다. 이는

〈Table 6〉 The Results of Path Analysis

Path	Path coeff.	S.E.	T-Value	Conclusion
H1: Performance Expectancy → Intention to Use	.222 ^{***}	.039	3.550	Supported
H2: Effort Expectancy → Intention to Use	.212 ^{***}	.042	3.922	Supported
H3: Social Influence → Intention to Use	.289 ^{***}	.049	3.735	Supported
H4: Facilitating Conditions → Use Behaviour	.154 ^{**}	.052	3.551	Supported
H1-1: Performance Expectancy × Cognizance of Alternative Technologies → Intention to Use	.275 ^{***}	.061	4.111	Supported
H2-1: Effort Expectancy × Novelty Seeking → Intention to Use	.282 ^{***}	.055	3.432	Supported
H3-1: Social Influence × Awareness of Local Context → Intention to Use	.266 ^{**}	.059	4.394	Supported
H4-1: Facilitating Conditions × Engagement with Technology → Use Behaviour	.295 ^{**}	0.52	5.259	Supported
H5: Intention to Use → Use Behaviour	.257 ^{***}	0.49	4.881	Supported

*** p < 0.01, ** p < 0.05.



〈Figure 3〉 The Result of Path Analysis in Research Model

수용자가 스마트워치 이용 전, 스마트워치에 대한 이 되는 다른 정보기술을 자각하고, 이에 따라 스마트워치의 성과기대가 더욱 증가되었음을 의미한다. 따라서 마음챙김으로 인한 대체기술자각은 스마트워치의 성과기대에 대한 자각을 더욱 확고히 가져다주고, 이를 더욱 풍부하게 만들어 준다고 볼 수 있다. 기술탐색추구성향은 노력기대가 이용의도에 미치는 영향을 증가시켰다. 이는 수용자가 스마트워치 이용 전, 스마트워치에 대한 특징을 자발적으로 탐구하고 이를 이해함으로써 스마트워치의 이용용의성, 편의성 측면의 자각을 더욱 강하게 느꼈다고 볼 수 있다. 기술몰입은 촉진조건이 이용행위에 미치는 영향을 증가시켰다. 이는 수용자가 마음챙김으로 인해 심신이 안정된 상태에서 열린 마음으로 스마트워치에 대한 기술적 특성에 몰입하여 스마트워치 자체의 특성뿐만 아니라 이와 관련된 인프라 전반의 폭넓은 이해를 갖게 되었고, 이를 통해 스마트워치의 촉진조건을 명확히 이해함에 따라 촉진조건에 영향력이 더욱 증가된 것으로 보인다. 반면, 자기상황자각 요인은 사회적 영향이 이용의도에 미치는 영향을 감소시켰다. 마음챙김으로 인한 자기상황자각은 수용자가 업무적 상황 및 요구에 스마트워치가 적합한지 생각할 수 있도록 도왔고, 이는 타인의 동조보다는 자신의 필요성, 적합성 등 자기 상황에 입각하여 이용 여부를 결정함에 따라 사회적 영향의 영향력이 감소된 것으로 보인다. 이렇게 마음챙김 요인의 조절효과에 대한 가설은 모두 지지되었다.

V. 시사점 및 한계점

5.1 연구 요약

본 연구는 통합기술수용이론을 근간으로 스마트워치의 수용에 있어 마음챙김이 어떠한 역할을 수행하는지 실증적인 방법으로 확인하고자 하였다. 가장 먼저 가설에 기반한 설문조사를 실시하여 표본을 수집하였고, 표본 데이터를 바탕으로 집단타

당도 및 판별타당도를 확인하였다. 그 후, SEM 분석을 수행하여 9개의 가설을 검증하였다. 통합기술수용이론에서 제시된 기대성과, 노력기대, 사회적 영향이 이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 촉진활동이 이용행위에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 스마트워치의 수용에 있어 기대성과, 노력기대, 사회적 영향은 매우 중요한 요인임을 확인함과 동시에, 통합기술수용이론은 스마트워치의 이용 행태를 설명하기에 적절한 것으로 확인 되었다. 다음으로 마음챙김 요인들의 조절효과를 살펴보면, 대체기술자각 요인은 성과기대가 이용의도에 미치는 영향을 증가시키는 것으로 나타났다. 정보기술을 수용하기 앞서 이를 대체할 수 있는 정보기술의 이해는 현재 이용하고자 하는 정보기술의 장점을 명확하게 이해할 수 있도록 도와주므로 성과에 대한 기대가 더욱 높아진 것으로 보인다. 기술탐색추구성향 요인은 노력기대가 이용의도에 미치는 영향을 증가시키는 것으로 나타났다. 새로운 정보기술과 기존 정보기술 간의 비교를 통해 특징을 파악하는 것은 해당 정보기술의 이용용의성에 대한 이해를 가져다주게 되고, 이는 정보기술 이용에 대한 노력 정도의 자각을 더욱 높여주기 때문에 기술탐색추구성향은 노력기대가 이용의도에 미치는 영향을 더욱 증가시키는 것으로 보인다. 자기상황자각 요인은 사회적 영향이 이용의도에 미치는 영향을 감소시켰다. 이는 마음챙김을 통해 형성된 자기상황에 대한 자각은 타인이 아닌 자신에게 직면한 입장에서 해당 정보기술이 이로운지, 적합한지에 대해 사고하도록 하고, 이를 기반으로 자신의 상황에 입각한 의사결정을 내리게 도와주므로 주변인의 영향력이 비교적 작아지는 것으로 보인다. 기술몰입 요인은 촉진조건이 이용행위에 미치는 영향을 증가시키는 것으로 나타났다. 이는 기술몰입이 스마트워치와 관련된 인프라 측면의 정보들을 원활히 습득하게 하고, 이는 해당 정보기술의 폭넓은 이해를 가능케 하므로, 촉진조건이 이용에 미치는 영향을 증가시키는 것으로 보인다.

5.2 시사점

본 연구는 실증분석 결과를 바탕으로 다음과 같은 학술적, 실무적 시사점을 제언한다. 학술적 관점에서 볼 때, 마음챙김으로 인한 대체기술자각 요인, 기술탐색추구성향 요인, 기술몰입 요인, 자기상황자각 요인은 정보기술 수용 과정의 인지적 자각을 강화하거나, 약화시키는 조절효과의 역할을 수행한다. 본 연구에서 대체기술자각 요인이 성과기대 요인을, 기술탐색추구성향 요인이 노력기대 요인을, 기술몰입 요인이 촉진조건 요인을 더 강하게 하였고, 자기상황자각 요인은 사회적 영향 요인을 약하게 하도록 도왔다. 마음챙김은 수용자가 해당 정보기술 및 자기상황에 대한 실상을 파악하고, 사고하도록 도왔기에, 첨단기기인 스마트워치 수용과 관련된 인지적 요인들을 자극한 것으로 보인다. 이 결과는 마음챙김이 정보기술의 본질에 대해 보다 깊게 사고하고 판단하도록 돕는 수단적 요인이라고 볼 수 있을 것이다. 향후 마음챙김 4가지 요인들은 정보기술 이용행태 연구에서 정보기술 수용의 인지적 자각을 조절하는 역할 요인으로 고려될 수 있을 것이다. 특히, 마음챙김으로 인한 자기상황자각 요인은 사회적 영향 요인을 감소시키는 역할을 수행한다. 일반적으로 정보기술 수용 분야의 연구에서 성과기대 및 노력기대와 같이 자기자신의 이점에 따른 요인과 함께 주변인들의 인식에 대한 요인을 매우 강조해 왔다. 계획된 행동이론의 주관적 규범 요인(Ajzen, 1991), PC 활용이론의 사회적 요인(Social factors), 혁신확산이론의 이미지(image) 요인(Moore and Benbasat, 1991), 그리고 가장 최근의 통합기술수용이론에서까지 제시된 사회적 영향(Social influence)이 바로 그것이다. 타인에 의한 정보기술 수용 의사결정은 다양한 편의(bias)를 수반할 가능성이 있고, 이 때문에 반드시 정보기술의 수용이 조직의 성과로 이어진다고 확신할 수 없다(Kim et al., 2018). 왜냐하면 사회적 영향은 자신이 아닌, 타인의 기대에 동조하여 나타나는 현상이기 때문이다. 본 연구는

수용자가 마음챙김에 의한 자기상황에 입각하여 정보기술을 수용할 때, 사회적 영향이 낮아지는 것을 확인하였다. 이는 수용자가 해당 정보기술을 주변 의식이 아닌, 자신의 상황에 입각해 더욱 합리적인 이용의도를 갖도록 한다고 볼 수 있다. 따라서 정보기술 이용행태 연구에서 사회적 영향을 감소시키는 요인으로 자기상황자각 요인을 고려할 수 있을 것이다. 이와 동시에 마음챙김이 정보기술 수용 과정에서 자기자신의 성과, 노력, 상황, 인프라 배경에 집중하도록 돕는다는 점에서 의사결정의 합리적 측면을 향상시키는 역할을 한다고 볼 수 있을 것이다. 마지막으로 통합기술수용이론은 비교적 최근 정보기기인 스마트워치의 수용의도를 설명하기에 적합한 것으로 나타났으므로, 오늘날 정보기술 수용 과정을 설명하기 위한 보편·타당한 이론임이 재확인되었다.

실무적 관점에서 볼 때 첫째, 기업은 조직구성원이 첨단 정보기술을 정확히 인지·자각하여 성공적 수용을 이끄는 수단으로 마음챙김을 활용할 수 있을 것이다. 오늘날 제4차 산업혁명 시대가 도래하면서 사물인터넷 등 새로운 플랫폼의 다양한 정보기술 상품 및 서비스가 출시·증가하고 있다. 그리고 기업은 이 정보기술을 통해 경영혁신을 이뤄내려 한다. 하지만 스마트워치처럼 전례없이 새롭고 다양하며 복잡한 정보기술 상품 및 서비스가 소개되고 있는 탓에 해당 정보기술이 자신의 업무적 상황에 유용한지, 혹은 적절한 것인지 판단함에 있어 이전보다 더욱 명확한 인지적 자각 능력이 필요하게 되었다. 다시 말해, 오늘날 정보기술 수용에 있어 무엇보다 중요한 것은 과거보다 고차원적인 인지적 자각 능력이 요구되고 있다는 것이다. 이는 정보기술 수용의 시행착오를 줄이기 위해 정보기술에 대한 보다 높은 인지적 능력이 필요하다는 것을 의미한다. 이러한 배경에서 마음챙김은 정보기술에 대한 인지적 능력을 긍정적으로 발달시키는 역할을 수행할 수 있을 것이며, 이는 정보기술 수용의 시행착오를 줄일 수 있도록 도울 것이다. 둘째, 기업은 마음챙김을 조직구성원들이 자신의

상황에 입각해 합리적인 정보기술을 수용하도록 하는 방편으로 활용할 수 있을 것이다. 기업은 조직구성원의 주변 의식으로 인한 타의적 정보기술 수용 또는 표면적 정보기술 수용을 마음챙김이 감소시킬 수 있다는 것에 주목할 필요가 있다. 주변인의 인식이나, 암묵적 강압 등으로 인한 정보기술의 수용은 기업성과 측면의 합리적인 수용이 아니다. 기업이 첨단 정보기술을 도입하는 이유는 정보기술을 업무에 적절히 이용하여 조직운영의 효율성 및 효과성 증대를 통해 기업성적을 향상시키는 것에 있다. 하지만 조직구성원들이 사회적 영향에 의해 정보기술을 수용한다면 능동적인 정보기술의 이용을 보장할 수 없을 것이며, 이는 정보기술이 기업성적에 긍정적인 영향을 미치지 않을 수 있다. 이러한 상황에서 마음챙김은 자기 상황에 대해 자각하도록 하여 사회적 양향을 감소시켜 줌으로서 조직구성원들이 자기 업무에 최적의 정보기술을 능동적으로 이용할 수 있도록 돕는 수단이 될 수 있을 것이다. 이러한 변화는 단순히 정보기술 수용에 그치지 않고 정보기술이 기업성적을 향상시킨다는 목표에 근접하도록 도울 것으로 기대한다.

5.3 한계점 및 향후연구

본 연구는 정보기술 수용에 있어 마음챙김의 조절효과를 실증적으로 확인하였으나, 다음과 같은 한계점을 가진다. 첫째, 마음챙김과 정보기술 수용 선행요인 간의 관계를 확인하기 위해 최첨단의 정보기술인 스마트워치를 대상으로 하였다. 스마트워치는 기존 정보기기 보다 월등한 특징점을 가진 기기이므로, 기존 정보기술들 보다 여러 측면에서 비교 우위에 있다. 따라서 상대적으로 특징점이 부족한 정보기술이나 기존 정보기술의 경우, 본 연구와 상이한 결과가 제시될 가능성이 있다. 둘째, 설문조사는 중국 내 기업의 근로자를 대상으로 진행되었다. 중국의 문화적 특색이나, 자국에서만 선호되는 기기 또는 소프트웨어의 특색에 따

라 지역적인 차이가 존재할 가능성이 있다. 셋째, 본 연구의 마음챙김은 정보기술 수용 관점의 관측 요인으로 구성되어 있으므로, 종교적 측면의 마음챙김 개념과는 동일하게 볼 수 없다. 향후 연구에서는 마음챙김의 정의와 관련된 선행연구를 기반으로 정보기술 이용 행태와 관련된 다양한 차원의 마음챙김 요인들을 개발하고, 이러한 마음챙김 요인들이 정보기술 이용 행태에 직접적으로 미치는 영향력을 확인하고자 한다.

참 고 문 헌

- [1] 김근아, 김상현, “기업 내적 IT 자원이 기업 민첩성과 성과에 미치는 영향: 관리적 IT 능력과 경영진 존재의 조절효과”, *Information Systems Review*, 제15권, 제3호, 2013, pp. 39-69.
- [2] 김창수, 조은석, 성기욱, “e-비즈니스의 주요 성공요인과 성과와의 관련성에 관한 실증연구”, *Information Systems Review*, 제8권, 제3호, 2006, pp. 39-64.
- [3] 김현모, 김진덕, 오유리, *사물인터넷의 시장 및 정책 현황과 활용사례 연구*, 충북연구원, 2016.
- [4] 유정은, “명상에 빠진 실리콘밸리”, *경향신문*, 2014. 2. 18, Available at <http://weekly.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&artid=201402111537301&code=115>.
- [5] 이성규, “실리콘밸리는 왜 명상에 열광할까”, *Science Times*, 2017. 9. 4, Available at <http://www.sciencetimes.co.kr/?news=%EC%8B%B8%EB%A6%AC%EB%8A%94-%EC%99%9C-%EB%AA%85%EC%83%81%EC%97%90-%EC%97%B4%EA%B4%91%ED%95%A0%EA%B9%8C>.
- [6] 한국사물인터넷협회, *2017년 사물인터넷 서비스 및 제품편람-상하반기 통합*, 한국사물인터넷협회, 2017.
- [7] AbuShanab, E. and J. M. Pearson, “Internet bank-

- ing in jordan: The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) perspective”, *Journal of Systems and Information Technology*, Vol.9, No.1, 2007, pp. 78-97.
- [8] Ajzen, I. and M. Fishbein, *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice-Hall, 1980.
- [9] Ajzen, I., “The theory of planned behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol.50, No.2, 1991, pp. 179-211.
- [10] Ajzen, I., *From Intention to Actions: A Theory of Planned Behavior, Action Control*, Springer, Berlin, Heidelberg, 1985, pp. 11-39.
- [11] Anderson, J. C. and D. W. Gerbing, “The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis”, *Psychometrika*, Vol.49, No.2, 1984, pp. 155-173.
- [12] Baer, R. A., “Mindfulness training as a clinical intervention: A conceptual and empirical review”, *Clinical Psychology: Science and Practice*, Vol.10, No.3, 2003, pp. 125-143.
- [13] Bagozzi, R. P., Y. Yi, and K. D. Nassen, “Representation of measurement error in marketing variables: Review of approaches and extension to three-facet designs”, *Journal of Econometrics*, Vol.89, No.1, 1998, pp. 393-421.
- [14] Bearden, W. O., R. G. Netemeyer, and J. E. Teel, “Measurement of consumer susceptibility to interpersonal influence”, *Journal of Consumer Research*, Vol.15, No.4, 1989, pp. 473-481.
- [15] Becker, G. S., “A Note on restaurant pricing and other examples of social influences on price”, *Journal of Political Economy*, Vol.99, No.5, 1991, pp. 1109-1116.
- [16] Bentler, P. M. and D. G. Bonett, “Significance tests and goodness-of-fit in the analysis of covariance structures”, *Psychological Bulletin*, Vol.88, No.3, 1980, pp. 588-600.
- [17] Bikhchandani, S., D. Hirshleifer, and I. Welch, “Learning from the behavior of others: Conformity, fads, and informational cascades”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol.12, No.3, 1998, pp. 151-170.
- [18] Brown, K. W. and R. M. Ryan, “The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being”, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.84, No.4, 2003, pp. 822-848.
- [19] Business Insider, “Here’s what Google teaches employees in its ‘search inside yourself’ course”, 2014. 8. 5, Available at <http://www.businessinsider.com/search-inside-yourself-googles-life-changing-mindfulness-course-2014-8>.
- [20] ChosunBiz, “기업교육, ‘명상’의 바람 분다”, *조선비즈*, 2017. 10. 17, Available at http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2017/10/17/2017101701083.html.
- [21] Compeau, D. R. and C. A. Higgins, “Application of social cognitive theory to training for computer skills”, *Information Systems Research*, Vol.6, No.2, 1995, pp. 118-143.
- [22] Cronbach, L. J., “Coefficient alpha and the internal structure of tests”, *Psychometrika*, Vol.16, No.3, 1951, pp. 297-334.
- [23] Dane, E., “Paying attention to mindfulness and its effects on task performance in the workplace”, *Journal of Management*, Vol.37, No.4, 2011, pp. 997-1018.
- [24] Davis, F. D., “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology”, *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, 1989, pp. 319-340.
- [25] Davis, F. D., R. P. Bagozzi, and P. R. Warshaw, “Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace”, *Journal of Applied*

- Social Psychology*, Vol.22, No.14, 1992, pp. 1111-1132.
- [26] Deutsch, M. and H. B. Gerard, "A study of normative and informational social influences upon individual judgment", *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol.51, No.3, 1955, pp. 629-636.
- [27] Fiol, M. and E. O'Connor, "Waking up! mindfulness in the face of bandwagons", *Academy of Management Review*, Vol.28, No.1, 2003, pp. 54-70.
- [28] Fishbein, M. and I. Ajzen, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.
- [29] Fornell, C. and D. F. Larcker, "Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics", *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.3, 1981, pp. 382-388.
- [30] Hameed, M. A., S. Counsell, and S. Swift, "A conceptual model for the process of IT innovation adoption in organizations", *Journal of Engineering and Technology Management*, Vol.29, No.3, 2012, pp. 358-390.
- [31] Hoque, M. R., M. A. Ali, and M. A. Mahfuz, "An empirical investigation on the adoption of E-commerce in Bangladesh", *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol.25, No.1, 2015, pp. 1-24.
- [32] Hu, L. T. and P. M. Bentler, "Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, Vol.6, No.1, 1999, pp. 1-55.
- [33] Kabat-Zinn, J., "An Outpatient Program in Behavioral Medicine for Chronic Pain Patients based on the Practice of Mindfulness Meditation: Theoretical Considerations and Preliminary Results", *General Hospital Psychiatry*, Vol.4, No.1, 1982, pp. 33-47.
- [34] Kabat-Zinn, J., A. O. Massion, J. Kristeller, L. G. Peteson, K. E. Fletcher, L. Pbert, W. R. Lenderking, and S. F. Santorelli, "Effectiveness of a meditation-based stress reduction program in the treatment of anxiety disorders", *American Journal of Psychiatry*, Vol.149, 1992, pp. 936-943.
- [35] Kim, H. M., S. Jung, and J. Park, "The impact of past performance on information valuation in virtual communities: Empirical study in online stock message boards", *Information Processing & Management*, Vol.54, No.4, 2018, pp. 740-753.
- [36] Lai, I. K. and D. C. Lai, "User acceptance of mobile commerce: An empirical study in Macau", *International Journal of Systems Science*, Vol.45, No.6, 2014, pp. 1321-1331.
- [37] Langer, E. J., *Mindfulness*, Addison-Wesley, 1989.
- [38] Langer, E. J., *The Power of Mindful Learning*, Hachette UK, 2016.
- [39] Lazarus, R. S. and S. Folkman, *Coping and Adaptation*, The handbook of behavioral medicine, 1984.
- [40] Levinthal, D. and C. Rerup, "Crossing an apparent chasm: Bridging mindful and less-mindful perspectives on organizational learning", *Organization Science*, Vol.17, No.4, 2006, pp. 502-513.
- [41] Lyytinen, K. and G. M. Rose, "Disruptive information system innovation: The case of internet computing", *Information Systems Journal*, Vol.13, No.4, 2003, pp. 301-330.
- [42] Maccallum, R. C., M. W. Browne, and H. M. Sugawara, "Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling", *Psychological Methods*, Vol.1, No.2, 1996, pp.

- 130-149.
- [43] Marlatt, G. A. and J. L. Kristeller, *Mindfulness and Meditation*, American Psychological Association, 1999.
- [44] Martins, C., T. Oliveira, and A. Popovič, “Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application”, *International Journal of Information Management*, Vol.34, No.1, 2014, pp. 1-13.
- [45] Moore, G. C. and I. Benbasat, “Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation”, *Information Systems Research*, Vol.2, No.3, 1991, pp. 192-222.
- [46] Patel, K. K. and S. M. Patel, “Internet of things-IOT: Definition, characteristics, architecture, enabling technologies, application & future challenges”, *Int. J. Eng. Sci. Comput*, Vol.6, No.5, 2016, pp. 6122-6131.
- [47] Roberts, N., J. Bennett Thatcher, and R. Klein, “Mindfulness in the Domain of Information Systems”, *DIGIT 2006 Proceedings*, 2015, p. 2.
- [48] Rogers, E., *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press, 2003.
- [49] Sambamurthy, V. and R. W. Zmud, “Arrangements for information technology governance: A theory of multiple contingencies”, *MIS Quarterly*, Vol.23, No.2, 1999, pp. 261-290.
- [50] Seo, D. B., A. I. La Paz, and J. Miranda, “Information systems for organizational agility: Action research on resource scheduling at the Universidad de Chile”, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol.24, No.4, 2014, pp. 417-441.
- [51] Shapiro, S. L., L. E. Carlson, J. A. Astin, and B. Freedman, “Mechanisms of mindfulness”, *Journal of Clinic Psychology*, Vol.62, No.3, 2006, pp. 373-386.
- [52] Strassmann, P. A., *The Business Value of Computers: An Executive’s Guide*, Information Economics Press, 1990.
- [53] Sun, H., Y. Fang, and H. Zou, “Choosing a fit technology: Understanding mindfulness in technology adoption and continuance”, *Journal of the Association for Information Systems*, Vol.17, No.6, 2016, pp. 377-412.
- [54] Tan, C. M., *Search Inside Yourself*, Harper Collins Publishers, 2012.
- [55] Tanriverdi, H., “Information technology relatedness, knowledge management capability, and performance of multibusiness firms”, *MIS Quarterly*, Vol.29, No.2, 2005, pp. 311-334.
- [56] Taylor, S. and P. A. Todd, “Understanding information technology usage: A test of competing models”, *Information Systems Research*, Vol.6, No.2, 1995, pp. 144-176.
- [57] Thompson, R. L., C. A. Higgins, and J. M. Howell, “Personal computing: Toward a conceptual model of utilization”, *MIS Quarterly*, Vol.15, No.1, 1991, pp. 125-143.
- [58] Van de Ven, A. H. and D. L. Ferry, *Measuring and Assessing Organizations*, John Wiley and Sons, 1980.
- [59] Venkatesh, V. and C. Speier, “The hidden minefields in the adoption of sales force automation technologies”, *Journal of Marketing*, Vol.66, No.3, 2002, pp. 98-111.
- [61] Venkatesh, V., M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, “User acceptance of information technology: Toward a unified view”, *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3, 2003, pp. 425-478.

A Study about Impact of Mindfulness on Perceived Factors of Information Technology Acceptance

Hyun Mo Kim* · Ying Ying Pang** · Joo Seok Park***

Abstract

Mindfulness is the process of actively noticing new things. Today, companies have introduced and run mindfulness programs because the mindfulness has possible applications of productivity and innovation in corporation. However, role of mindfulness has not been clearly investigated in behavior research of Information System. The purpose of this study is to confirm the effects of mindfulness on technology acceptance process. Based on UTAUT Model, we examined how mindfulness in technology acceptance process moderate antecedent factors of acceptance intentions and use behavior. For empirical research, we conducted a survey on acceptance of smart watch of internet of things for employees of companies applying the mindfulness programs. then, we analyzed survey sample in empirical methodologies. Based on the empirical analysis, cognizance of alternative technologies in mindfulness factors increased the impact of performance expectancy on acceptance intention. Novelty seeking in mindfulness factors increased the impact of effort expectancy on acceptance intention. Awareness of local context in mindfulness factors decreased the impact of social influence on acceptance intention. engagement with technology in mindfulness factors increased the impact of facilitating conditions on use behavior. This study suggests academic implications and practical implications based on the results of the research. The implications will help to support and extend the theory of technology acceptance model while providing practical insights for IT acceptance by suggesting ways to utilize mindfulness in corporation.

Keywords: *Mindfulness, UTAUT, Intention to Use, Use Behavior, Technological Novelty Seeking, Engagement with Technology, Awareness of Local Context, Cognizance of Alternative Technology, Smartwatch*

* Corresponding Author, Assistant Professor, College of General Education, Dong-A University

** Ph.D Candidate, Business Administration, Kyung-Hee University

*** Professor, Business Administration, Kyung-Hee University

◎ 저 자 소 개 ◎



김 현 모 (hyunmokim@dau.ac.kr)

경희대학교 경영대학 경영정보시스템 전공의 석사, 박사 학위를 받았으며, 서울대학교 공학연구소에서 박사후연구원으로 활동하였다. 현재 동아대학교 기초교양대학에서 컴퓨터 및 정보처리 조교수로서 경영학 관점의 정보처리, 코딩 관련 연구와 강의를 수행하고 있다. 주요 연구분야는 IT 이용행태, 계량경제 모델링 분석, business analytics 등이다.



방 영 영 (ting_pyy@khu.ac.kr)

경희대학교 경영대학 경영정보시스템 전공의 석사 학위를 받고, 박사과정을 수료 하였다. 주요 연구분야는 SNS 및 전자상거래 이용행태, 경영정보전략, business analytics 등이다.



박 주 석 (jspark@khu.ac.kr)

UC Berkeley의 Hass School of Business에서 경영정보시스템 전공의 박사 학위를 받았으며, 현재 경희대학교 경영대학 교수로서 다양한 연구 및 교육을 수행하고 있다. 한국EA학회 및 한국빅데이터학회의 학회장을 역임하였다. 주요 연구분야는 경영정보전략, enterprise architecture, business analytics 등이다.

논문접수일 : 2018년 11월 01일

게재확정일 : 2018년 12월 26일

1차 수정일 : 2018년 12월 18일