Journal of Digital Convergence
Vol. 20. No. 5, pp. 23-29, 2022

ISSN 2713-6434 / eISSN 2713-6442
https://doi.org/10.14400/JDC.2022.20.5.023

클라우드 서비스의 수용의도에 미치는 영향에 관한 연구

니에신위[1], 경성림[2*]
[1]호남대학교 경영학과 박사, [2]호남대학교 경영학부 조교수

The Study on the Influence of Cloud Service Acceptance Intention

Xin-Yu Nie[1], Cheng-lin Qing[2*]
[1]Ph, D, Dept of Business Adminstration, Honam University
[2]Assistant Processor, Dept. of Business Administration, Honam University

요 약 디지털서비스는 기존 구매계약 방식을 개선하고 코로나19 등으로 클라우드 서비스 이용이 시급한 상황에서 최상의 디지털 서비스를 신속하게 도입할 수 있게 되었고 디지털 서비스 이용과 관련 클라우드 산업의 성장을 촉진할 수 있도록 했다. 본 연구에서 신기술에 대한 개인의 기술준비도(낙관성, 혁신성, 불편성, 불안성)이 클라우드 컴퓨팅 기술의 수용의도에 어떠한 영향을 미치는지 클라우드 서비스에 대한 이해도가 상대적으로 높지 않는 사용자를 대상으로 실증분석 하였다. 또한 기술준비도가 수용의도에 미치는 영향을 디지털전환을 매개효과로 검증하였다. 연구결과, 낙관성과 혁신성이 디지털전환에 정(+)의 영향을 미쳤으며, 불편성과 불안성이 디지털전환에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 낙관성, 불안성과 수용의도 간의 관계에 있어서 디지털전환의 부분매개효과를 검증되었지만, 혁신성, 불편성과 수용의도간의 관계에 있어서 디지털전환의 매개효과가 없다는 것을 검증되었다. 이러한 연구결과를 통해 기업에 실무 시사점과, 클라우드 서비스의 후속 연구방향에 대해 제시하였다.

주제어 : 클라우드 서비스, 기술준비도, 디지털전환, 수용의도, 비대면 경제

Abstract Digital services improve existing ways of purchasing contracts. In this study, we empirically analyzed the effects of individual technology readiness (optimism, innovation, inconvenience, anxiety) on the acceptance intention of cloud computing technology for users with relatively high understanding of cloud service. Also, the effect of technology readiness on acceptance intention was verified by the mediating effect of digital conversion. As a result, optimism and innovation had a positive effect on digital conversion, and discomfort and anxiety had a negative effect on digital conversion. And although the partial mediating effect of digital conversion was verified in the relationship between optimism, anxiety and acceptance intention, it was verified that there was no mediating effect of digital conversion in the relationship between innovation, discomfort and acceptance intention. Through these results, the practical implications and future research directions of cloud services were presented to companies.

Key Words : Cloud Services, Technology Readiness Index, Digital Services, Acceptance Intention, non-face-to-face Economy.

*Corresponding Author : Chenglin Qing(2013129@honam.ac.kr)
Received March 8, 2022 Revised March 23, 2022
Accepted May 20, 2022 Published May 28, 2022

1. 서론

비대면 경제활동이 일상화되면서 전 세계 기업과 정부는 장소와 시간제한 없이 언제든지 온라인으로 서비스를 이용할 수 있는 '클라우드컴퓨팅 서비스의 확대를 통해 신속한 디지털경제의 전환을 시도하고 있다. 빅데이터, 알고리즘, 클라우드 컴퓨팅 등 IT 기술은 이미 우리들의 일생생활에 깊숙이 연관되어 있다. 이러한 디지털혁신이 가져온 생산의 변화는 우리의 라이프스타일과 사회 경제의 지속적인 변화를 유도한다[1].

클라우드 서비스는 하드웨어와 소프트웨어뿐만 아니라 물리적 IT 자원을 직접 구축·운영하지 않고 필요한 정보를 네트워크방식으로 사용하는 서비스를 말한다. 소프트웨어, 인프라, 앱 등을 자유롭게 빌리는 방식이라고 할 수 있다. 2018년 글로벌 클라우드 시장 규모는 1,758억 달러에서 2021년 2,783억 달러, 클라우드 서비스 이용률 17.6%로 성장했다고 밝혔다. 한편 2021년 6월까지 클러우드 서비스의 시장가치는 1,520억 달러로 평가하기도 했다[2]. 최근 정부기관 및 기업들은 클라우드 서비스가 가져다주는 편의성과 신속한 업무처리 방식에 초점을 맞추고 있으며, 사용자수도 급증하여 시장규모가 매년 폭발적인 증가가 이루어지고 있다. 이러한 배경에서 사용자측면에서 클라우드 서비스의 수용목적을 파악할 필요성이 제기된다.

또한, 클라우드 서비스는 그 종류가 매우 다양하고, 서비스 유형에 따라 사용자 특성이 다르게 나타나기 때문에 클라우드 서비스의 카테고리 분류에 따른 사용자들이 수용의도를 형성하는 과정에서 차이점이 발생한다. 따라서 본 연구에서는 사용자가 클라우드 서비스를 사용하는 과정에서의 기술준비도가 수용의도에 미치는 영향을 검증하고자 한다. 또한 클라우드 서비스에 대한 기술준비도를 긍정적인 요인(낙관성, 혁신성)와 부정적인 요인(불편성, 불안성)으로 구분하여 독립변수로 설정하고, 이러한 영향관계에 있어 디지털전환의 매개효과를 분석하고자 한다. 본 연구는 클라우드 서비스가 사용자 중심의 수용의도에 미치는 선행적 요인을 탐색하고, 미래지향적인 발전방안에 기초적인 자료를 제공할 것으로 기대한다.

2. 이론적 고찰 및 가설설정

2.1 기술준비도

Parasuraman(2000)의 연구에서는 기술준비도(TRI)는 4가지의 차원으로 구성되는데 적극적인 요인(낙관성, 혁신성)과 소극적인 요인(불편성, 불안성)이 공존하고 있다[3, 9]. 낙관성과 혁신성은 사용자들이 새로운 기술에 대한 적극적인 관점을 가지며, 새로운 기술 기반 신제품이나 서비스의 수용을 촉진하게 하는 긍정적인 수용태도를 형성할 수 있고 사용자가 다른 사용자보다 신기술의 습득을 즐기고 기술에 대해 더 적극적인 태도를 보일 수 있는 반면, 소극적인 요인 불안성과 불편성은 새로운 기술의 수용 경향에 부정적인 영향을 끼치고 신기술 수용에 대해 낮은 경향으로 만들게 한다. 그리고 네트워크 환경에서는 새로운 기술 이용이 주저하게 하는 행위로 연결될 수 있을 것이라 예상할 수 있다[4, 9].

2.2 디지털전환

디지털전환이란 4차 산업혁명의 최신 IT 기술을 적용하여 기업경영전략뿐만 아니라 사회의 전반에 혁신을 초래하는 디지털 혁신이자, 새로운 비즈니스 모델을 개발하고[5], 디지털 기술을 기업의 전반적인 구조와 운영에 적용하여 전통적인 기업구조를 혁신적으로 변화시키며, 이런 과정에서 기업들은 클라우드 컴퓨팅 플랫폼을 통해 혁신이 이루어진다[6].

2.3 수용의도

수용의도는 사용자가 지속적으로 서비스나 제품을 이용하고자 하는 의도이고 사용자의 직접적인 사용행위에 즉각적이고 결정적인 영향을 미치는 요인으로 작용한다[7]. Taylor & Todd(1995)는 수용의도를 개인적 의도에 대한 강도로 보고, 태도에 의해 영향을 받으며, 실천적 행동과 긴밀한 관계가 있는 것으로 예상한다[8].

2.4 기술준비도와 디지털전환 간의 관계

Lin & Hsieh(2007)은 낙관적인 믿을 가지는 사용자일수록 디지털전환에 대해 긍정적인 관점을 가진다고 주장하였다[9]. 또한 신기술에 대한 혁신성이 높은 사용자일수록 우선적으로 첨단적인 기술을 수용하려고 하며, 이러한 기술을 적용 및 확신시키려는 경향이 강하다[5, 10]. 따라서 혁신성은 디지털전환 성공에 영향을 주는 중요한 요인을 의미한다.

불편성은 디지털전환에 필요한 기술을 수용하는 유용성의 정도 사용자가 디지털전환을 배우고 활용하기까지 얼마나 노력해야 하는가의 정도를 의미한다[11]. 이 개념

은 인지된 이용 용이성 또는 복잡성의 개념을 포괄하며, Alwahaishi, & Snášel(2013)은 사용자들이 특정 기술을 학습하고 활용하는데 많은 노력이 필요하다면 클라우드 서비스로부터 기대할 수 있는 수용의도는 낮을 것으로 기대된다[12]. 또한 불안성은 디지털전환에 대한 근본적인 두려움으로 인해 사용자가 신기술을 사용하기 두려워하고 불안감을 느끼며 특히 클라우드 컴퓨팅 기술의 수용과 클라우드 서비스에 대한 프라이버시와 보안유지는 많은 연관성이 있다[13]. 따라서 본 연구는 다음과 같이 가설설정을 하였다.

가설 1: 낙관성은 디지털전환에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 혁신성은 디지털전환에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 불편성은 디지털전환에 부(−)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4: 불안성은 디지털전환에 부(−)의 영향을 미칠 것이다.

2.5 디지털전환과 수용의도 간의 관계

디지털전환이 사회 변화에 따라 확산되고 있는 시점에서, 디지털 기술 변화에 대한 수용성 측면에서 디지털전환 결정요소에 대한 실증 연구의 연구를 제시했다[14]. 또한 Ghobakhloo(2020) 의 연구에서 디지털전환으로 인한 가시적 효과와 성과, 디지털전환 성숙도, 변화 수용성, 디지털 혁신을 위한 전략 로드맵 및 보안 역량 등 요인을 제시했다[15]. 본 연구에서는 클라우드 서비스의 수용의도에 영향을 미치는 디지털전환을 측정하기 위해 다음과 같은 가설을 설정했다.

가설 5: 디지털전환은 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.6 디지털전환의 매개효과

이석준 외(2021)은 수용성 관점에서의 디지털전환 결정요인을 예측 및 규명하고자 연구하였는데, 디지털전환의 성공과 실패요인을 매개로 기술 수용에 유의한 결과를 나타낸다고 하였다[14]. 따라서 새로운 서비스나 기술에 대한 수용은 디지털 혁신성이 높은 사용자일수록 우선적으로 수용하려는 의도가 강하게 나타난다. 클라우드 서비스의 기술준비도는 디지털 혁신을 통해 수용의도에 영향을 미칠 것으로 보고, 다음과 같이 가설을 실시하였다.

가설6: 디지털전환은 낙관성과 수용의도 간의 관계를 매개할 것이다.

가설7: 디지털전환은 혁신성과 수용의도 간의 관계를 매개할 것이다.

가설8: 디지털전환은 불편성과 수용의도 간의 관계를 매개할 것이다.

가설9: 디지털전환은 불안성과 수용의도 간의 관계를 매개할 것이다.

3. 연구설계

3.1 연구모형

본 연구는 선행연구들을 바탕으로 기술준비도의 낙관성, 혁신성, 불편성, 불안성 및 디지털전환이 클라우드 서비스 수용의도에 미치는 영향을 고찰하는데 연구의 목적이 있다. 따라서 본 연구의 연구모형은 다음과 Fig. 1과 같다.

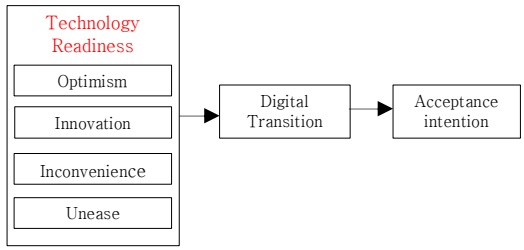

Fig. 1. Research Model

3.2 표본 및 자료수집

본 연구는 클라우드 서비스에 대한 이해도가 높지 않는 사용자를 연구대상으로 인터넷 조사 방식을 이용해 설문조사를 수행하였다. 설문조사에 참여한 한·중 사용자들은 총 520명이며, 회수된 520부의 설문지 중 파손되거나 불성실한 응답을 제외한 총 478명의 표본을 연구분석에 사용하였다.

3.3 변수의 조작적 정의

기술준비도의 혁신성, 낙관성, 불편성, 불안성은 Pa-rasuraman(2000)이 제시한 기술준비도 척도 중 긍정적인 요인과 부정적인 요인에 대한 36문항을 참조하고 수정하여 각 변수 4문항 으로 구성되어 있었다[3]. 구체적으로 '클라우드 컴퓨팅 서비스가 생활에 유연성과 도

움을 제공한다.', '집단에서 다른 사람들보다 신기술과 서비스를 먼저 사용할 것이다.', '사용자들이 클라우드 서비스 이용에 있어 어려움을 가져온 불편감, 사용자가 클라우드 컴퓨팅 이런 새로운 기술은 사용할지 망설임' 등으로 측정하였다. 디지털전환은 이석준 외(2021)의 연구를 참고하여 3문항으로 구성하였고[14]. 수용의도는 Mathieson(1991)가 제시한 측정항목을 수정하여 3문항으로 구성되어 있었다[7]. 본 연구는 측정문항을 Likert 7점 척도로 측정하였다.

4. 실증분석

4.1 표본 특성

본 연구에서는 클라우드서비스를 사용해본 경험이 있거나 관심을 가지고 있는 20-50세 사시의 사용자를 대상으로 설문조사를 진행하였다.

본 연구에서는 인구학적 특성을 검증하기 위해 빈도분석을 실시하였다. 남성이 262명(54.8%)· 여성이 216명(45.2%)으로 남성의 비율이 크게 나타났으며, 연령은 20세 미만 67명(14.0%), 20-25세 138명(28.9%), 26-30세 94명(19.7%), 31-40세 112명(23.4%), 41-50세 67명(14.0%)으로 나타났다.

학력은 대학원 및 이상 191명(40.0%)로 가장 많이 차지하고 있으며, 다음으로 4년제 대학교(졸) 152명(31.8%)· 전문대(졸) 82명(17.2%)· 고등학교(졸) 53명(11.1%)의 순서로 나타났다. 직업별 특성을 보면, 학생이 186명(38.9%), 회사원(사무직/연구직)이 153명(32.0%), 전문적 85명(17.8%), 자영업 54명(11.3%)으로 나타났다.

4.2 신뢰도, 요인, 상관관계 분석

본 연구는 각 변수의 타당성 정도를 검증하기 위해서 탐색적 요인분석을 진행하였다. 요인분석의 변수를 회귀분석으로 사용하기 위해 Varimax rotation의 분석방법을 사용하였다. 요인분석 결과 6개의 요인으로 추출되었으며, KMO는 .888로 유의하게 나타나 탐색적 요인분석을 실시하기에 적합한 모델인 것으로 확인되었다. 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's α에 의한 신뢰성 분석 결과 수용기준치인 0.7이상으로 확인되어 모두 측정항목들이 검정기준을 만족하고 있음이 확인되었다. 측정변수간의 상관관계 분석결과, 기술준비도(낙관성, 혁신성, 불편성, 불안성)와 디지털전환의 상관관계는 유의한 것으로(r=.119 p=.000, r=.276 p=.000, r=.494 p=.000, r=.138 p=.000) 나타났다. 또한 디지털전환과 수용의도의 상관관계도(r=.252 p=.000) 유의하게 나타나, 각 변수 간의 상관관계는 적절한 것으로 판단된다.

Table 1. The Result of Convergent Validity

Variables	loading	eigenvalue	Cronbach'α
Optimism	.866	2.62754	.934
	.857		
	.807		
	.803		
Acceptance intention	.836	1.89348	.918
	.822		
	.812		
	.803		
Unease,	.849	1.83892	.902
	.811		
	.805		
	.764		
Innovation	.818	2.51949	.867
	.818		
	.781		
	.738		
Inconvenience	.873	2.66536	.929
	.850		
	.798		
	.743		
Digital Transition	.876	2.79198	.936
	.846		
	.824		

4.3 가설검증

본 연구는 가설검증을 위한 단순회귀분석을 진행하였다. Table 2는 기술준비도의 낙관성, 혁신성, 불편성 및 불안성이 디지털전환에 미치는 영향을 검증한 결과이다. 분설결과, 낙관성, 혁신성, 불편성, 불안성은 디지털전환에 유의한 영향을(β=.145 p=.001, β=.235 p=.000, β=.616 p=.000, β=.202 p=.000) 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설1, 가설2, 가설3, 가설4는 채택되었다.

Table 2. Result of Hypothesis 1, 2 ,3, 4

model		Non-Standardization		standardization	t	p
		B	Standard Daviation	β		
Optimism	DT	.180	.056	.145	3.203	.001
R^2=.021 ($Ajusted\ R^2$=.019) F=10.257						

Durbin-Watson=1.740						
Innovation	DT	.284	.054	.235	5.266	.000
R^2=.055 (*Ajusted* R^2=.053) F=27.734 Durbin-Watson=1.785						
Unease	DT	.670	.039	.616	17.054	.000
R^2=.379 (*Ajusted* R^2=.378) F=290.837 Durbin-Watson=1.899						
Inconvenience	DT	.264	.059	.202	4.489	.000
R^2=.041 (*Ajusted* R^2=.039) F=20.152 Durbin-Watson=1.760						

$^{*}p$<.05, $^{**}p$<.01, $^{***}p$<.001

Table 3은 디지털전환과 수용의도의 회귀분석을 실시한 결과, 디지털전환이 수용의도에 유의한 영향을(β=.191, p=.000) 미치는 것으로 나타나, 가설5는 채택되었다.

Table 3. Result of Hypothesis 5

model		Non-Standardization		standardization	t	p
		B	Standard Daviation	β		
DT	AI	.133	.032	.191	4.235	.000
R^2=.036(*Ajusted* R^2=.034) F=17.938 Durbin-Watson=1.799						

$^{*}p$<.05, $^{**}p$<.01, $^{***}p$<.001

기술준비도(낙관성, 혁신성, 불편성, 불안성)와 수용의도 간의 영향관계에서 디지털전환의 매개효과를 검증한 결과, 낙관성과 수용의도의 관계에서 3단계의 회귀계수 값(β=.106, p=.004)은 2단계의 값(β=.599, p=.000)보다 감소되어, 디지털전환의 부분매개효과가 검증되었다. 혁신성과 수용의도의 관계에서 3단계의 매개변수인 디지털전환이 수용의도에 유의한 영향(β=.038, p=.280)을 주지 못하는 것으로 나타나, 디지털전환의 매개효과는 기각되었다.

불편성과 수용의도의 관계에서 3단계의 매개변수인 디지털전환이 수용의도에 유의한 영향(β=.070, p=.214)을 주지 못하는 것으로 나타나, 디지털전환의 매개효과는 기각되었다. 불안성과 수용의도의 관계에서 3단계의 회귀계수 값(β=.125, p=.007)은 2단계의 값(β=.158, p=.001)보다 유의하게 감소된 것으로 나타나, 디지털전환의 부분매개효과는 채택되었다. 따라서 가설6과 가설9는 채택되었지만, 가설7과 가설8은 기각되었다.

Table 4. Result of Hypothesis 6, 7, 8, 9

	Step2		Step3	
	β	p	β	p
Optimism	.599	.000	.584	.000
DT			.106	.004
R^2(Adjusted R^2)	.359(.358)		.370(.367)	
$\triangle R^2$($\triangle$Adjusted R^2)	-		.001(.009)	
F	266.745		139.534	
Innovation	.657	.000	.648	.002
DT			.038	.280
R^2(Adjusted R^2)	.432(.431)		.434(.431)	
$\triangle R^2$($\triangle$Adjusted R^2)	-		.002(0)	
F	362.397		181.848	
Unease	.239	.000	.195	.001
DT			.070	.214
R^2(Adjusted R^2)	.057(.055)		.060(.056)	
$\triangle R^2$($\triangle$Adjusted R^2)	-		.003(.001)	
F	28.758		15.168	
Inconvenience	.158	.001	.165	.000
DT			.125	.007
R^2(Adjusted R^2)	.025(.023)		.051(.047)	
$\triangle R^2$($\triangle$Adjusted R^2)	-		.026(.024)	
F	12.166		12.814	

$^{*}p$<.05, $^{**}p$<.01, $^{***}p$<.001

5. 결론

본 연구에서는 클라우드 서비스의 기술준비도가 수용의도에 미치는 영향과 이러한 영향관계에 있어 디지털전환의 매개효과를 검증하였다. 분석의 결과는 낙관성과 불안성은 수용의도간의 관계에 있어서 디지털전환의 부분매개효과를 검증되었지만, 혁신성과 불편성은 수용의도간의 관계에 있어서 디지털전환의 매개효과가 없다는 것으로 나타났다. 이런 연구결과에 따른 시사점은 다음과 같다.

첫째, 혁신성이 높은 사람들은 처음 접촉의 신기술을 더 잘 수용하려는 경향이 있다는 사실이 선행연구를 통해 밝혀졌다. 또한 디지털전환 기술을 다루는 데 있어 두려움이 없기 때문에 디지털전환의 매개효과가 없이도 혁신성을 가진 사용자들이 클라우드 서비스를 쉽게 수용할 수 있는 점을 설명하였다.

둘째, 디지털 기기가 일반화하면서 클라우드 서비스 기술을 수용한다는 인식 자체가 보편화되기 때문에 사용자들은 클라우드 컴퓨팅 기술을 받아들이는 것에 대한

불편함을 느끼지 않았다. 따라서 디지털전환은 불편감과 수용 의도의 영향관계에서 매개효과가 없는 것으로 조사됐다.

셋째, 디지털전환으로 기업은 사용자 중심의 빅데이터 분석으로 클라우드 플랫폼의 핵심가치를 제고하는 기업 성장을 기대할 수 있고, 기업의 경우 사용자의 경험을 반영한 디지털 체험을 통해 클라우드 서비스에 대한 수용의도를 높일 수 있다. 또한 사물인터넷(IoT), 인공지능(AI), 등 방식으로 수요와 공급이 만나는 시장을 형성하는가 하면 고객맞춤형 클라우드 서비스를 제공할 뿐만 아니라 개인화된 서비스 전략을 수립하는데 도움을 준다.

사용자들의 다양한 빅데이터는 실시간으로 클라우드에 저장 및 분석되고, 이러한 분석과정을 통해 기업들은 급변하는 소비자의 수요를 발견하며, 기업경영활동의 문제점도 신속하게 인지하게 된다. 기술준비도의 긍정적인 요인과 부정적인 요인에 관한 연구를 통해 사용자 중심의 클라우드 서비스에 대한 수용성을 극대화하고 높은 성과를 창출할 수 있다. 그리고 사용자가 디지털전환과 클라우드 컴퓨팅 기술의 응용에 대한 인식을 높이면 사용자에 새로운 가치를 창조할 수 있다.

이러한 연구적 시사점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점이 존재한다. 본 연구는 클라우드 서비스의 모든 유형에 대한 구체적인 특성이 사용자에게 어떤 영향을 미치는지 충분히 반영하지 못한다. 또한 기술준비도의 변수특징에 따라 조사대상집단을 분류하여 상호 비교하는 연구가 가능할 것으로 예상되지만, 본 연구에서는 클라우드 서비스 수용의도에 미치는 변수들을 검증하는데만 초점을 두었다. 따라서 후속연구에서는 클라우드 서비스의 특성을 중심으로 기술준비도의 정도에 따른 집단의 구분을 통해 그 차이점에 대해 규명하는 연구가 지속적으로 이루어져야 할 것으로 기대한다.

REFERENCES

[1] A. Bounfour. (2016). Digital futures, digital transformation. Progress in IS. Cham. Springer International Publishing, DOI, 10, 978-3.

[2] Y. J. An, Ch. S. Park, H. Cho & K. S. Han. (2021). A Study on the Factors Affecting the Behavior of Personal Cloud Storage Services - Focusing on Personalizing Effectiveness. Korea it Policy Management Association, 13(2), 21-13.

[3] A. Parasuraman. (2000). Technology Readiness Index (TRI) a multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies. Journal of service research, 2(4), 307-320. https://doi.org/10.1177/109467050024001

[4] H. J. Hur & H. K. Lee. (2021). Augmented Reality (AR) Fashion Shopping Service Acceptance Basedon Consumers' Technology Readiness. Fashion & Text. Res. J, 23(3), 347-357. https://doi.org/10.5805/SFTI.2021.23.3.347

[5] D. K. Lee & Y. Y. You. (2017). The Effects of Digital Transformation Intention of Small Traders in Domestic Traditional Industries. J. Soc. Korea Ind. Syst. Eng, 40(4), 67-77. https://doi.org/10.11627/jkise.

[6] J. Bumann & M. K. Peter. (2019). Action fields of digital transformation-a review and comparative analysis of digital transformation maturity models and frameworks. Digitalisierung und andere Innovationsformen im Management. Innovation und Unternehmertum, 2, 13-40.

[7] K. Mathieson. (1991). Predicting user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior. Information systems research, 2(3), 173-191. https://doi.org/10.1287/isre.2.3.173

[8] S. Taylor & P. Todd. (1995). Assessing IT usage: The role of prior experience. MIS quarterly, 561-570. https://doi.org/10.2307/249633

[9] J. S. C. Lin & P. L. Hsieh. (2007). The influence of technology readiness on satisfaction and behavioral intentions toward self-service technologies. computers in Human Behavior, 23(3), 1597-1615. https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.07.006

[10] R. Agarwal & J. Prasad. (1998). A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. Information systems research, 9(2), 204-215. https://doi.org/10.1287/isre.9.2.204

[11] V. Venkatesh. M. G. Morris, G. B, Davis & F. D. Davis. (2003). User acceptance of Information technology: Toward a unified view. MIS quarterly, 425-478. https://doi.org/10.2307/30036540

[12] S. Alwahaishi & V. Snášel. (2013). Modeling the determinants affecting consumers' acceptance and use of information and communications technology. International Journal of E-Adoption (IJEA), 5(2), 25-39. https://doi.org/ 10.4018/jea.2013040103

[13] S. H. Park & G. Y. Gim. (2012). A study on the factors affecting continuous intention and expansion of communication channels in social network service. Journal of Information Technology Services, 11(2), 319-337. https://doi.org/10.9716/KITS.2012.11.2.319

[14] S. J. Lee, H. J. Ryu, N. Y. Kim & Y. j. Choi. (2021). A Empirical Study of Digital Transformation

Determinants from an Acceptance Perspective. Journal of Information Technology and Architecture 18.(2), 181-197.
http://doi.org/10.22865/jita.2021.18.2.181

[15] M. Ghobakhloo. (2020). Industry 4.0, digitization, and opportunities for sustainability. Journal of cleaner production, 252, 119869.
https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119869

니에신위(Xin-Yu Nie) [정회원]

· 2017년 8월 : 호남대학교 한국어학과 (문학학사)
· 2019년 8월 : 호남대학교 경영학과 (경영학석사)
· 2021년 12월 ~ 2022년 2월 : 호남대학교 경영학과(박사)
· 관심분야 : 마케팅정책, 디지털비즈니스
· E-Mail : xinyufanqi@naver.com

경 성 림(Cheng-Lin Qing) [정회원]

· 2007년 7월 : 중국강서사범대학교전자상거래(경영학사)
· 2010년 2월 : 전남대학교 지역개발학과(도시·지역개발학석사)
· 2014년 2월 : 전남대학교 지역개발학과(도시·지역개발학박사)
· 2013년 10월 ~ 현재 : 호남대학교 경영학부 조교수
· 관심분야 : 지역개발정책, 전자상거래, 디지털비즈니스
· E-Mail : 2013129@honam.ac.kr