



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

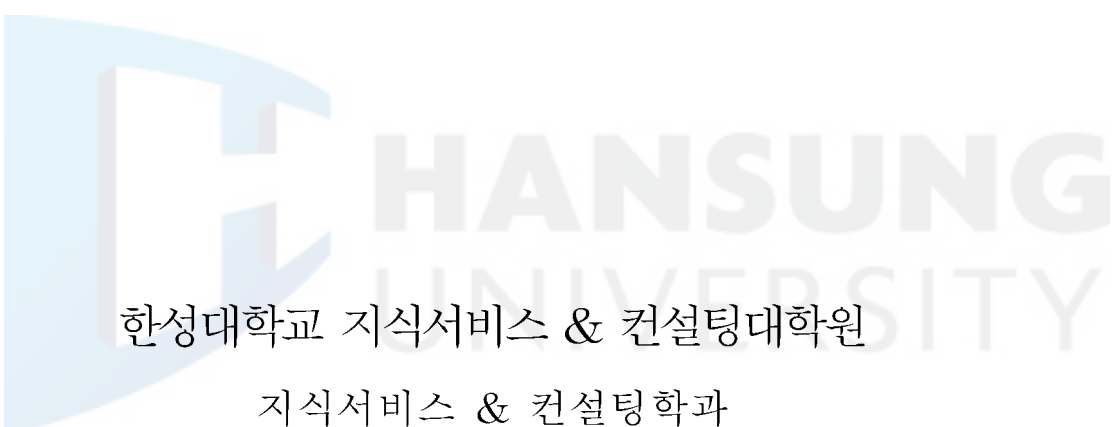
이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석 사 학 위 논 문

스마트폰 사용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

2012년

The logo of Hansung University is a large, stylized letter 'H' in a light blue color. It is composed of several geometric shapes, including rectangles and triangles, arranged to form the letter. The text 'HANSUNG UNIVERSITY' is written in a light gray, sans-serif font across the middle of the 'H' logo.

한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

오 윤 숙

석 사 학 위 논 문
지도교수 유연우

스마트폰 사용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

An Study on Affecting Factors of Smartphone

2011년 12월 일

한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

컨버전스 컨설팅 전공

오 윤 숙

석사학위논문
지도교수 유연우

스마트폰 사용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

An Study on Affecting Factors of Smartphone

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2011년 12월 일

한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

오 윤 숙

오윤숙의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2011년 12월 일

심사위원장 _____ 인

심 사 의 원 _____ 인

심 사 의 원 _____ 인

국 문 초 록

스마트폰 사용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

컨버전스컨설팅 전공

오 윤 숙

최근에 들어서 스마트폰 사용자는 이천만 명을 넘어섰으며 스마트폰의 수용단계를 넘어서 이제는 보편화 되었다. 스마트폰에 관심이 많은 국내 사용자가 스마트폰 이용의도에 어떠한 영향을 미치는 변인들의 영향정도와 방식을 분석하는 것을 목적으로 하였다. 선행연구에서 한계점으로 나타난 기능적 요소를 포함하여 변형된 기술수용모델을 이용하여 설문 결과 자기효능감은 유용성과 유희성에 유의미한 영향을 미치며, 사회적영향과 기능적요소는 유희성에 유의미한 영향을 미치며, 지각된 유용성과 지각된 유희성은 이용의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구 결과는 사용자들이 업무 및 생활에 유용하게 사용하는 것보다는 게임 및 유희적인 목적으로 스마트폰을 더 많이 이용하는 것으로 보여주고 있다. 추후에는 스마트폰이 사용단계에서 더 나아가 이용의도보다는 만족도 관련 요소등 연구 분석함으로써 보다 폭 넓은 의미의 연구결과로 개인 및 단체에도 영향을 미칠 수 있을 것이다.

【주제어】 기술수용모델, 스마트폰, 이용의도

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적	1
1. 연구 배경	1
2. 연구 목적	2
제 2 절 연구의 방법 및 구성	2
 제 2 장 이론적 배경	 4
제 1 절 스마트폰	4
제 2 절 기술수용모형 관련 선행연구	7
1. 기술수용모형	7
2. 기술수용모형과 스마트폰	9
제 3 절 이용의도 관련변수의 선행연구	11
1. 자기효능감과 지각된 유용성과 지각된 유희성의 관계	11
2. 사회적영향과 지각된 유용성과 지각된 유희성의 관계	12
3. 기능적 요소와 지각된 유용성과 지각된 유희성의 관계	12
 제 3 장 연구설계	 14
제 1 절 연구모형	14
제 2 절 연구가설의 설정	15
제 3 절 변수의 조작적정의	18
1. 자기효능감	18
2. 사회적영향	18
3. 기능적 요소	18

4. 지각된 유용성	19
5. 지각된 유희성	19
6. 이용의도	19
제 4 절 자료수집 및 분석방법	20

제 4 장 연구결과 24

제 1 절 일반적 특성	24
제 2 절 신뢰도 분석	26
제 3 절 차이 분석	27
제 4 절 상관분석	34
제 5 절 구조방정식	35

제 5 장 결 론 41

【참고문헌】	45
【부 록】	49
설문지	49
ABSTRACT	54

【 표 목 차 】

[표 2-1] 스마트폰 가입자 현황	5
[표 2-2] 스마트폰 가입자 연령별 현황	6
[표 2-3] 이용의도 관련변수 선행연구들	13
[표 3-1] 설문지 구성	22
[표 3-2] 설문지 내용	22
[표 4-1] 조사 대상자 특성	25
[표 4-2] 신뢰도 분석	26
[표 4-3] 일반적 특성에 따른 자기효능감	27
[표 4-4] 일반적 특성에 따른 사회적 영향	28
[표 4-5] 일반적 특성에 따른 기능적 요소	29
[표 4-6] 일반적 특성에 따른 지각된 유용성	31
[표 4-7] 일반적 특성에 따른 지각된 유희성	32
[표 4-8] 일반적 특성에 따른 이용의도	33
[표 4-9] 상관분석	34
[표 4-10] 구조방정식 모형 적합도	35
[표 4-11] 가설 검증 결과	36
[표 4-12] 가설 검증 결과 요약	39

【 그림 목 차 】

[그림 2-1] 데이비스의 기술수용모델	8
[그림 3-1] 연구모형	15
[그림 4-1] 구조방정식 모형 분석 결과	39
[그림 5-1] 선행연구 결과모형	42



제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

최근에 들어서 스마트폰 사용자는 이천만 명을 넘어섰으며 스마트폰의 수용단계를 넘어서 이제는 보편화 되었다. 2007년부터 스마트폰 도입이 활성화됐던 미국, 유럽 등 해외에 비해 국내는 스마트폰 보급이 매우 미미한 수준에 불과했었다. 그러나 2008년 12월 무선인터넷 표준 플랫폼인 위피 탑재 의무 폐지 등 규제 완화 이후 2009년 11월 아이폰의 국내 출시를 계기로 스마트폰이 본격 확산되기 시작했다.

스마트폰은 일반 PC와 같이 범용 OS와 웹브라우저가 탑재되어 이용자가 다양한 소프트웨어 및 프로그램을 직접 설치·이용할 수 있는 단말기로 정의된다. 이러한 스마트폰의 본격 확산으로 피쳐폰은 종래의 음성통화 중심의 기본적인 통화수단에서 벗어나 정보검색·교통·게임·금융·교육 등 ‘종합 문화서비스 플랫폼’으로 진화하였다.

이러한 스마트폰은 삼성의 갤럭시 등 국내 스마트폰이 등장하게 되면서 휴대폰 사용자들이 Wifi 및 인터넷 검색 및 SNS 등의 이용과 함께 사용자가 급증하고 있다. 스마트폰은 무게의 가벼움, 장소 구분없이 정보검색 용이하다는 점에서 사용자들의 호기심을 충족시켜주고 있다.

스마트폰의 개인적, 사회적 파급력이 점점 증가하고 있으며 스마트폰 수용과 관련된 연구가 많이 이루어지고 있으며 이제는 스마트폰 수용단계가 아닌 사용단계에 있어서 연구가 이루어져야 한다.

대표적으로 김수연 외(2011 : 29-39)의 논문은 Davis(1986)의 기술수용 모형을 변형한 스마트폰 수용단계를 보여주는 모형을 바탕으로 연구는 아직 확산단계에 있는 스마트폰의 초기 수용단계를 제시하였으나, 스마트폰이 보급화되면서 사용단계에서는 기능적인 측면이나 가격적인 측면, 대중화

정도 등에 따라 연구모형의 수정이 필요하다고 제시하였으며, 사용자의 직업이나 성별, 연령 등에 따라 연구모형의 가설검증이 달라질 수 있으므로 사용자 세분화를 통한 분석에 대해서도 언급하였다. 이와 같이 선행연구에서 제시한 향후 추가 변수를 포함하여 연구가 되었으면 하는 변수 중 기능적 측면을 변수로 추출하여 본 연구에서 연구하고자 한다.

2. 연구의 목적

본 연구는 스마트폰 수용에 영향을 주는 요인을 파악한 선행연구의 한계점을 이어받아 기술수용모형을 이용하여 요인들 간의 구조적 관계를 분석하고자 한다. 현재 스마트폰의 이용자들의 증가로 수용의 단계에서 벗어나 사용, 보편화의 단계로 진화되었다는 점을 알 수 가 있다. 이러한 사용자의 증가 및 기술의 진화로 스마트폰의 사용에 대한 연구를 분석하기 위해 아래와 같은 연구목적을 세웠다.

첫 번째, 기술수용모형을 중심으로 선행연구에서 제시한 요인과 한계점으로 제시한 새로운 요인을 추가하고 변수간의 영향관계를 더욱 정확하게 하겠다.

두 번째, 도출된 요인을 이용하여 연구모형을 수립하고 연구 가설을 설정하겠다.

세 번째, 설문조사를 통해 얻어진 데이터를 통해 실증분석을 하여 연구모형을 검증하겠다.

제 2 절 연구의 방법 및 구성

본 연구는 스마트폰의 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 실증적 연구로서 기존의 문헌연구를 통해 실증연구를 위한 이론적 근거를 제시하였다. Davis(1986)가 제안한 기술수용모형을 기반으로 연구를 한 김수연 외(2011 : 29-39)의 수정된 연구모형에 관한 연구를 바탕으로 본 연구에서

는 선행연구에서 주장한 주요변수(자기 효능감, 사회적 영향)과 한계점으로 지적한 환경변수(기능적 요인)을 추가하여 확장된 연구를 하고자 한다. 본 연구에서는 Davis(1986)가 제안한 기술수용모형 지각된 유용성, 지각된 용이성을 독립변수로 사용하여 스마트폰 사용자의 이용의도에 영향을 미치는지에 대하여 실증 연구를 실시하였다.

조사대상으로는 스마트폰 서비스의 잠재적 수용자 및 사용자이며, 휴대전화 또는 스마트폰을 사용 중인 사람으로 하였으며 불특정 다수에게 인터넷 설문조사 및 현장 배포 및 회수하는 방식으로 설문을 병행하여 자료를 수집하였다.

본 논문은 모두 여섯 개의 장으로 구성된다.

제 1장에서는 서론부분으로 연구배경 및 연구의 목적, 연구방법과 구성에 대해 서술하였다.

제 2장에서는 이론적 배경 부분으로 본 논문의 연구모형과 연구가설의 이론적 기초와 근거를 제시하기 위해 기존의 선행 연구들을 살펴보았다.

제 3장에서는 연구모형 및 연구가설 부분으로 앞에서 제시한 이론적 배경을 기반으로 본 연구 모형을 제시한다. 연구 모형에 따른 연구가설을 설정하였다.

제 4장에서는 연구 변수에 대한 조작적 정의를 내리고 이에 대한 측정 항목을 설명한다. 연구조사의 설계 부분으로 표본 선정, 설문지 작성, 자료의 분석 방법에 대해 서술하였다.

제 5장에서는 수집된 데이터의 신뢰성과 타당성 분석, 다중회귀분석을 통한 검증 결과와 이를 통한 가설 검증 결과를 제시하였다.

제 6장에서는 결론 부분으로 연구 결과의 요약 및 연구의 한계점과 향후 연구 방향에 관해 서술하였다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 스마트폰

스마트폰의 역사를 보자면, 1992년 IBM에서 개발한 Simon 제품으로 당시 최초로 휴대폰이면서 캘린더, 주소록, 계산기, 노트패드, 이메일, 팩스, 게임 등의 기능을 제공하여 현재의 스마트폰과 같이 새로운 기능을 제공하며 Computer Dealer's Exhibition에서 최초 발표되어 1993년에 Bell South사를 통해 출시되었으나 큰 호응을 얻지 못하였다.

그 뒤를 이어 1996년에 Nokia폰이 출시하면서 본격적으로 스마트폰이 등장하였다. 이 제품은 기존의 이동전화의 한계를 벗어나고자 PDA 업체인 HP와 협력하여 기존의 휴대폰에 다양한 장점을 지닌 PDA의 기능을 결합시킨 휴대폰이었다. 제품 9210은 최초의 컬러 스크린에 개방형 OS를 채택하였으며 9500은 최초의 카메라를 탑재하고 Wifi(wireless fidelity) 기능을 탑재하였다.

지난 2007년 애플사가 터치스크린을 탑재하고 UI(User Interface)'를 채택한 아이폰(i-Phone)을 시장에 출시함으로써 세계는 스마트폰에 관심이 집중되었다. 그리고 뒤를 이어 구글(Google)이 주도하여 소프트웨어 업체 연합인 OHA(Open Headset Alliance)가 공동으로 지원하는 안드로이드 OS를 개발하고 그와 호환되는 스마트폰을 개발, 판매하고 있다. 최초의 안드로이드 OS를 사용한 스마트폰은 HTC사의 'G1'이다. 우리나라에서도 안드로이드 OS를 이용한 스마트폰과 아이폰을 사용자들이 주로 사용하고 있다.

방송통신위원회와 이동통신업계에서 제시한 [표 2-1]의 국내 스마트폰 가입자 현황을 보면 2009년 말 80만명에 불과했던 스마트폰 가입자 수가 금년 3월을 기점으로 천만 명을 돌파할 정도로 단기간에 빠른 성장세를 보이고 있다. 이러한 증가세가 지속되어 올 연말에는 스마트폰 가입자가 2천만 명을 돌파할 것으로 전망되는 등 본격적인 스마트폰 대중화 시대에 진입하였다.(방송통신위원회, 2011 : 1-5)

[표 2-1] 월별 스마트폰 가입자 현황

(단위 : 만명, %)

구 분	'09.12월	'10.3월	'10.6월	'10.9월	'10.12월	'11.1월	'11.2월
이동전화 가입자(A)	4,794	4,898	4,961	5,021	5,077	5,098	5,116
스마트폰 가입자(B)	80	152	247	442	722	826	926
비중(B/A)	1.7	3.1	5.0	8.8	14.2	16.2	18.1

스마트폰의 사전적 정의에 의하면 “스마트폰이란 휴대폰에 컴퓨터 지원 기능을 추가한 지능형 휴대폰으로 휴대폰 기능에 충실하면서도 개인 휴대 정보 단말기(PDA)기능, 인터넷 기능, 리모컨기능 등이 일부 추가되며 수기방식의 입력장치와 터치스크린 등 보다 사용에 편리한 인터페이스를 갖춘 무선 인터넷 기능의 지원으로 인터넷 및 컴퓨터에 접속하여 전자우편, 웹브라우징, 팩스, बैंकिंग, 게임 등 단말기로서의 기능도 수행한다. 다양한 기능의 수용을 위하여 표준화된 또는 전용 운영체제를 갖추기도 한다.” 또한 삼성경제연구소의 보고서(2010 : 2-6)에 의하면 “스마트폰이란 컴퓨터와 같이 운영체제를 탑재하여 다양한 애플리케이션을 설치 동작 시킬수 있는 휴대폰을 통칭하는 것” 으로 스마트폰을 정의하고 있다.

Kenneth & Laudon(2007 : 323)은 디지털 휴대전화의 기능과 PDA의 기능을 결합한 하이브리드 장치를 스마트폰이라고 정의하였다. 즉, 스마트폰은 휴대폰과 개인휴대단말기(Personal digital assistant; PDA)의 장점을 결합한 것으로 휴대폰 기능에 일정관리, 인터넷접속 등의 데이터 통신기능을 통합시킨 것이다. 기존 휴대폰이 완제품으로 출시되어 주어진 기능만 사용하던 것과는 달리 일반 PC와 같이 범용 OS와 웹브라우저가 탑재되어 수백여 종의 다양한 애플리케이션을 사용자가 직접 설치하여 추가 또는 삭제할 수 있다.

스마트폰에 관심을 갖는 이유는 스마트폰 도입으로 인해 개인과 사회에 적지 않은 변화를 주고 있기 때문이다. 네트워크 상의 공간과 시간의 한계를 뛰어넘어 실수요자들이 장소의 제한이 없이 수시로 필요한 정보와 편

리한 서비스를 자유롭게 사용가능하다는 점에서 일반PC, 휴대폰과 다른점이다.

[표 2-2]과 관련하여 2010년 12월 기준에서 스마트폰 가입자 현황은 스마트폰은 20대(35%), 30대(29%)가 스마트폰 가입자의 60% 이상을 차지하며, 10대 이하 가입자는 8% 차지한다.

[표 2-2] 스마트폰 가입자 연령별 현황

(단위 : 만명, %)

구 분	10대 이하	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상	기타	합 계
스마트폰	55 (7.6)	254 (35.1)	213 (29.4)	109 (15.1)	43 (6)	12 (1.7)	7 (1)	29 (4.1)	722
일반폰	718 (16.5)	528 (12.1)	762 (17.5)	851 (19.5)	652 (15)	320 (7.3)	187 (4.3)	338 (7.8)	4,356
전체	773 (15.2)	782 (15.4)	975 (19.2)	960 (18.9)	694 (13.7)	332 (6.6)	194 (3.8)	367 (7.2)	5,077

※ 기타는 법인, 외국인, M2M 등 연령별로 분류가 불가능한 가입자를 그룹화한 항목임

이와 같이 스마트폰은 현 시대흐름에 있어서 없어서는 안 되는 생활의 일상으로 자리매김을 하고 있다. 이러한 점에서 스마트폰의 이용의도에 관한 연구를 선행연구에 하나의 요소를 접목하여 연구하고자 한다.

제 2 절 기술수용모형

1. 기술수용모형

기술수용모형(TAM : Technology Acceptance Model)은 Davis(1986)가 정보기술의 사용과 수용에 대한 예측을 하기 위하여 처음 제안하였으며, 사용자들이 새로운 정보기술을 수용 및 사용하는데 영향을 미치는 정보기술의 특징이 무엇인지를 설명하는 모형이다. 이는 외부 변수에 따라 만들어진 지각된 유용성과 지각된 용이성이 사용자들의 태도와 사회적 관계를 형성하고 이러한 태도에 대한 행위의 의도가 직접적으로 영향을 받고 실제 이용도에 영향을 줄 수 있다.

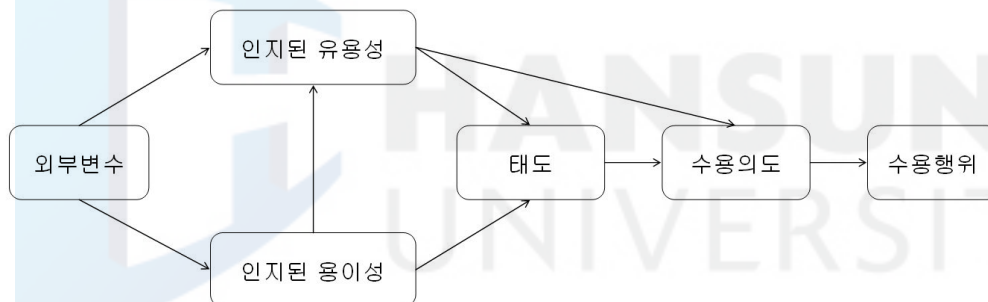
기술수용모형을 설명하기 전에 로저스(Rogers, 1983)의 확산이론에 대해 알아볼 필요가 있었다. 확산이론은 뉴미디어 기술과 같은 새로운 미디어가 다른 이들이 채택이 계속될 때 더 커진다고 보고, 수용자들이 미디어를 채택하는데 영향을 주는 요인으로 상대적 이점, 적합성, 복잡성 등 5가지 주요변수로 제시하였기 때문이다. 상대적 이점은 혁신이 그 전의 사물에 비해 뛰어나다고 인식되어 사회적 지위, 편리함, 만족감 등의 척도가 되는 요인이며, 적합성은 종래의 혁신이 종래의 가치나, 과거의 경험등에 얼마나 부합하는가를 말하는 것이다. 복잡성은 혁신을 이해하고 사용하기가 어려운가를 뜻하는 것이다. 시범가능성은 혁신이 제한된 범위내에서 시험해 볼 수 있는가를 뜻한다. 관찰가능성은 혁신의 결과가 타인에게 관찰할 수 있는 가를 뜻한다. 이러한 5가지 요소를 통해 새로운 기술들이 수용될 수 있는지를 알 수 있는 이론이다.

기술수용모델은 확산이론의 한계점을 보완하기 위해 기존의 변수를 발전시켜 인지된 유용성(Perceived Usefulness)과 인지된 용이성(Perceived Ease of Use)을 제시하였다. (Davis, 1989 : 319-335)인지된 유용성은 새로운 기술이나 특정한 시스템을 사용하는 것이 업무의 생산성, 효율성을 향상시킬 것이라는 사용자의 주관적인 믿는 정도를 의미한다. 수용자가 새로운 기술을 채택하는 것이 자신에게 유용할 것이라고 인식할수록, 그리고

새로운 기술을 채택하는 것이 사용자에게 유용할 것이라고 인식할수록, 그리고 노력없이 수용할 수 있다고 생각할수록 채택 가능성이 높아진다는 것이다. 인지된 용이성은 새로운 기술이나 특정한 시스템을 사용하는 것이 많은 정신적, 신체적 노력의 양 또는 손쉽게 이용할 수 있을 거라는 사용자의 주관적인 믿음의 정도를 말한다. 만약 시스템이 유용하다고 믿더라도 사용하기에 너무 어렵거나 사용하는데 시간 및 노력이 산출이익보다 더 많이 필요하다면 채택 가능성이 낮아진다는 것이다.

즉 사용자의 수용에 이 두가지 인지된 유용성과 인지된 용이성으로 이루어진다는 것이다. 그리고 TAM은 동일한 조건일때 수용하기 쉬운 기술이 더 유용하므로, 유용성은 용이성에 영향을 받는다고 가정하고 있다.

이러한 인지된 유용성과 인지된 용이성이 새로운 기술과 서비스, 시스템에 대한 사용자들의 태도와 이용의도에 직접적, 혹은 간접적으로 영향을 주고 있다는 것을 실증적으로 검증하는 것을 주목적인 연구에 활용되고 있다[그림 2-1].



[그림 2-1] Davis의 기술수용모델

이러한 기술수용모델을 기반으로 다양한 연구자들은 새로운 시스템을 도입하거나 다양한 디지털 기술의 적용을 하는데 변형된 TAM을 이용하고 있다.

진찬현(2011 : 1295-1321)은 소셜 미디어에 대한 모델로 기술수용모델을 적용하였고, 외부변수로는 자기효능감, 자기표현, 사회적 실재감, 사회문화적 영향을 사용하였으며, 중요한 외부변수가 지각된 유용성과 지각된

용이성에 중요하게 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 박진표(2010 : 71-103)는 모바일 광고 수용자의 반응을 기술수용모델을 이용하여 외부적 영향 요인을 모바일 광고의 오락성, 참여성, 신뢰성이 지각된 유용성과 지각된 용이성에 각각 긍정적인 영향을 미치는 것을 검증하였다. 함유근 외(2006 : 89-107)은 웹이 등장하면서 노동자들의 상호작용과 협업의 필요성을 높이기 위해서 그룹웨어를 수용하기 위해 집중력, 내적 동기부여, 인지된 통제가 인지된 유용성과 인지된 사용 용이성이 이용의도에 미치는 영향에 대해 검증한 결과 인지된 통제, 내적 동기부여가 의도와 사용용이성에 유의한 영향을 미치는 것으로 입증되었다. 사용의 용이성은 유용성을 인지된 유용성은 사용의도에 영향을 미치는 것으로 검증되었다.

이러한 연구들에서는 내재적 변인, 특히 인지된 유희성(Perceived pleasurer), 지각된 위험 등의 요소들이 이용 의도에 매우 중요한 영향을 미치는 변인으로 추가되어 검증되고 있다(김수연 외 2011 : 29-39, 손승혜 외 2011 : 237-240, 이은아 외 2009 : 583-590, 김태문 외,2009 : 185-204).

이처럼 많은 선행연구들이 기술수용모형을 통해 새로운 기술에 대한 수용에 관해 연구를 통해 검증을 하였다.

2. 기술수용모형과 스마트폰

다양한 외부변수를 통해 확장 및 수정된 기술수용모델을 기반으로 최근에는 스마트폰이 등장함에 따라 스마트폰 이용에 영향을 미치는 요인들에 관해 다음과 같은 연구가 수행되었다.

Chen et al.(2009 : 241-248)은 배송업체에서 스마트폰 채택의도를 기술수용모델, 자기 효능감, IDT를 결합한 4가지 형태의 모형으로 분석하였다. TAM 모델은 스마트폰 채택에 관해 유용성과 용이성이 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. TAM, 자기효능감 결합 모델은 용이성, 의도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, TAM과 IDT를 결합한 모델은 용이성, 유용성, 호환성, 시험적, 작업, 조직, 환경 모두에 영향을 미치는 태도

는 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 TAM과 IDT, 자기효능감을 결합한 모델로 자기효능감은 사용용이성과 행동에 영향을 미치며, 용이성, 유용성, 작업, 조직, 호환성, 환경 모두 태도에 영향을 미친다. 태도는 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Verkasalo et al.(2010 : 242-255)은 기술 장벽, 행동 제약과 사회적 규범 등의 변수를 포함한 확장된 TAM을 이용하여 스마트폰 사용자와 비사용자에 대하여 애플리케이션 사용 형태를 분석하였다. 크게 인터넷 서비스, 게임, 맵 서비스에 대해 분석한 결과 게임을 제외하고는 자기효능감과 사회적 영향이 지각된 유희성과 지각된 유용성에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

김영훈(2011)은 스마트폰의 수용단계에 대한 혁신저항에 관한 연구에서 Roger(2003)의 혁신수용단계를 적용한 기술수용모형을 이용하여 수용단계에 따라 스마트폰 사용자와 비사용자의 두 집단으로 나누어 혁신저항에 미치는 영향을 분석하였다. 상대적 이점, 인지된 위험, 소비자 특성 요인 중 기존 제품에 대한 태도와 자기 효능감이 혁신저항에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회적 영향은 유의미한 영향을 미치는 못하는 것으로 나타났다.

손승혜 외(2011 : 237-240)은 개인적 특성, 기술적 특성, 상황조건, 주관적 규범 등을 고려하여 유의성, 용이성, 유희성이 채택의도에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 이와 같은 요인을 포함하여 기술수용모형을 변형하여 스마트폰의 초기 이용자를 분석하고 있다. 성별, 개인적 혁신성은 유용성, 용이성, 유희성에 유의미한 영향을 미치고 있으며 연령, 사회적 압력, 비용 부담은 부분적으로 유의미한 영향을 미치고 있다. 유용성, 용이성, 유희성은 채택을 지속한다는 점에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

김수연 외(2011 : 29-39)은 스마트폰 수용에 대하여 이용의도에 영향을 미치는 요인이 무엇인가를 실증적으로 분석하였다. 스마트폰의 기능이 피쳐폰¹⁾보다 기능이나 어플리케이션 등이 다양하여 사용용이성이 낮다고 판

1) 피쳐폰 (Feature phon)은 스마트폰(smartphone)보다 낮은 연산 능력을 가진 저성능 휴대 전화를 설명하기 위한 용어이다.(한국에서는 주로 '스마트폰'이 아닌 휴대폰을 피쳐 폰이라 한다.) 피쳐폰은 스마트폰의 연결성을 전혀 가지고 있지 않다. - 위키백과

단되어 선행 연구에서는 지각된 용이성을 제외하였다. 선행연구에서 지각된 유희성이 지각된 유용성에 많은 영향을 미치고 있으며 유용성은 이용의도에 강한 영향을 주고 있다고 분석되었다. 기술수용모델을 변형한 모델을 바탕으로 연구결과 자기효능감과 사회적 영향이 지각된 유용성과 지각된 유희성, 이용의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나왔다. 이 연구는 스마트폰을 이용하는 이용의도가 증가함에 따라 기업, 제조사, 통신사에 영향을 미칠 것이라는 긍정적인 방향을 제시하였다.

이상에서 살펴보았듯이 스마트폰에 대한 연구는 국내외적으로 아직 많이 이루어지지 않은 상태이지만 최근 트렌드에 맞게 연구가 많이 이루어지고 있는 실정이다.

제 3 절 이용의도 관련변수의 선행 연구

요인의 도출을 위하여 2절에서 살펴본 선행연구에서 스마트폰 이용의도와 관련된 변수들과 이 변수들을 요인분석을 통하여 분석하였다[표 2-3].

3.1. 자기효능감과 지각된 유용성과 지각된 유희성의 관계

자기효능감은 개인적인 변인으로 TAM연구에서 고려되어 왔던 자기효능감은 어떤 상황에서 적절한 행동을 할 수 있다는 기대와 신념을 의미하며, 주어진 상황에 대응하기 위해 요구되는 활동들을 수행할 수 있다는 판단을 의미하기도 한다. 이와 같은 개인적인 특성인 자기효능감이 채택의도와 관련하여 영향을 미치고 있다고 검증되고 있다.

Chen et al.(2009 : 241-248)의 스마트폰 이용연구에서도 자기효능감은 사용용이성을 통해 유용성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Verkasalo et al.(2010 : 242-255)의 연구에서는 자기 효능감이 지각된 유용성과 지각된 유희성에 영향을 주는 것으로 나타났다. 김수연 외(2010 : 29-39)의 스마트폰 채택하는 요인에 대한 연구에서도 자기효능감을 가지고 있는 사용자들이 지각된 유용성과 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로

나타났다.

3.2. 사회적영향과 지각된 유용성과 지각된 유희성의 관계

사회적 영향은 사회적인 관계 속에서 서로간의 행위에 의해 영향을 주고받는 정도에 따라 특정 행동을 수행하도록 개인이 받는 압력을 의미한다.(Venkatesh, Brown, 2001 : 71-102) López-Nicolás et al.(2008 : 359-364)의 모바일 서비스 수용 연구에 따르면 사회적 영향은 지각된 유용성에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, Verkasalo et al.(2010 : 242-255)의 연구에서도 사회적 영향이 지각된 유용성과 지각된 유희성에 영향을 주는 것으로 나타났다. 손승혜 외(2010 : 237-240)의 기술수용모델을 이용한 스마트폰 채택 행동 연구에서도 사회적 압력이 유용성, 유희성이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김수연 외(2010: 29-39)의 스마트폰 채택 행동 연구에서 사회적 영향이 지각된 유용성, 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3.3. 기능적 요소와 지각된 유용성과 지각된 유희성의 관계

기능적 요소는 스마트폰을 이용하는 사용자들이 주로 사용한 콘텐츠의 사용정도를 파악하여 스마트폰의 활용정도를 알 수 있다. 주된 기능은 음성대화, 문자메시지, 알람, 게임, 정보 검색(교통, 날씨, 등), SNS 및 이메일 사용 등을 얼마나 사용자들이 스마트폰을 통해 활용을 얼마만큼 하는지에 대해 알 수 있다.

배재권(2008 : 337-361)의 연구에서 기능적 속성 중 멀티미디어 기능이 스마트폰 채택에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 손승혜 외(2010 : 237-240)은 여러 정보 검색, 뉴스 검색 등 인터넷을 사용하기 용이하다는 점과 재미적인 요소 등으로 오락 및 게임을 즐기거나 동영상 등을 이용한다는 점이 스마트폰을 사용하는데 유용하다고 보여주고 있다.

[표 2-3] 이용의도 관련변수 선행연구들

변수	정의	선행연구
자기효능감	기대한 결과를 얻을 것이라는 자신에 대한 평가정도	Bandura 1997 Chen et al. 2009 Verkasalo et al. 2010 김수연 외, 2011 김영훈 2011 진찬현 2011
사회적 영향	타인이나 사회로부터 받는 영향	López-Nicolás et al. 2008 Verkasalo 외, 2010 김수연 외, 2011
기능적 요소	기능적 콘텐츠를 사용하는 정도	배재권 외 2008 박인곤 외 2010 손승혜 외 2011
지각된 유용성	업무적으로나 개인적으로 도움을 줄 것으로 지각하는 정도	López-Nicolás et al. 2008 김태문 외 2009 Verkasalo et al. 2010 김수연 외 2011 손승혜 외, 2011
지각된 유쾌성	재미와 흥미를 유발시키고 무료한 시간을 보내기에 적합하다고 지각하는 정도	이은아 외 2009 Verkasalo et al. 2010 김수연 외 2011 손승혜 외 2011
이용의도	향후 사용하려는 의도	López-Nicolás et al. 2008 김태문 외 2009 Verkasalo et al. 2010 김수연 외 2011 손승혜 외 2011 이은아 외 2009

※ 연구자 정리

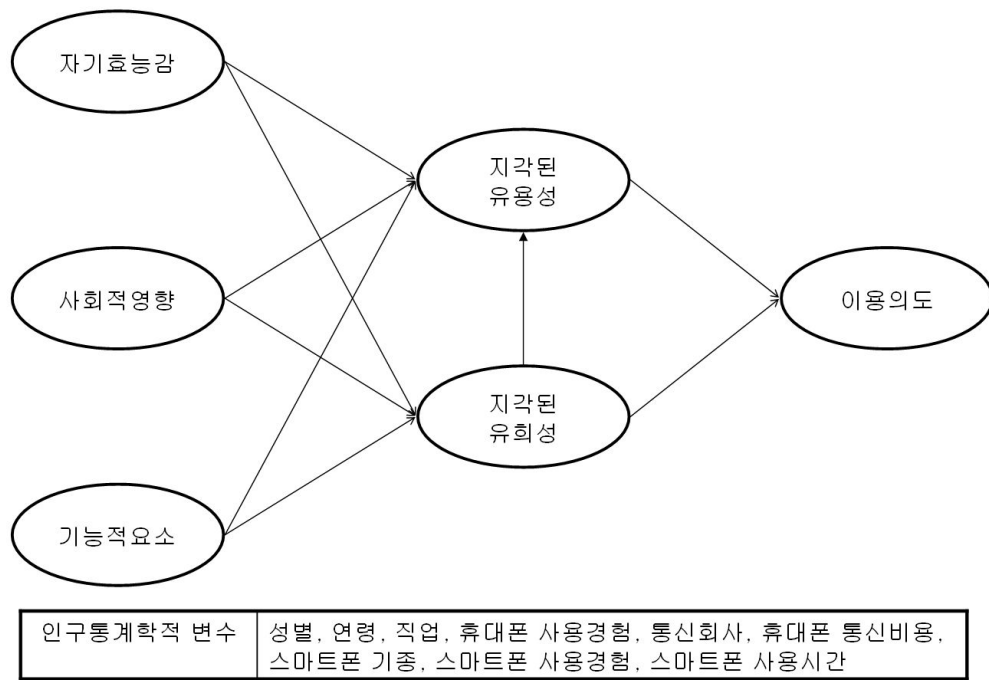
제 3 장 연구설계

제 1 절 연구모형

본 연구에서는 선행 연구에서 연구되었던 스마트폰의 초기 수용단계에서 시간이 지남에 따라 스마트폰 사용자가 증가하게 되어 스마트폰 수용의 사용단계로 여겨져 위와 같은 선행연구들을 바탕으로 아래와 같은 연구모형을 구성하였다[그림 3-1].

여러 선행연구 중 대표적으로 김수연 외(2011 : 29-39)의 연구에서 스마트폰의 초기 수용모형을 기반으로 하여 제시한 모형으로 스마트폰이 보편화되면서 사용단계에서는 기능적인 측면, 가격적인 측면, 대중화 정도 등을 보완하였다. 그리하여 선행연구에서 제시된 추가되었으면 하는 여러 변수 중에서 스마트폰 제품과 관련해서 콘텐츠를 이용하는 기능적 요소를 추가하였으며, 개인적인 특성인 자기효능감과 법처럼 의무성이 있는 것은 아니지만 사회적영향이 스마트폰을 사용하고자 하는데 미치는 영향과 기본 TAM에서 기술수용에 미치는 요인으로 지각된 유용성, 지각된 용이성에서 스마트폰이 다양한 어플리케이션을 제공하기에 지각된 용이성이 낮다고 볼 수 있어서 본 연구에서도 제외하였다. 이은아 외(2009 : 583-590)의 연구에서 온라인 게임 포털 사이트에 대한 사용자들의 개인적인 특성이 미치는 영향에서 지각된 유희성이 태도에 긍정적인 영향을 미치고 있다. 또한 김수연 외(2010 : 29-39)의 연구에서도 스마트폰의 사용에 미치는 영향으로 지각된 유희성이 이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다.

앞에서 검토한 선행연구를 바탕으로 아래와 같이 연구모형을 구성하게 되었다. 스마트폰 이용의도에 영향을 미치는 요인과 스마트폰이 갖고 있는 기술적 특성, 사용자의 개인적 특성, 환경적 조건과 관련된 측면을 고려하여 다음과 같은 모델을 구성하였다.



[그림 3-1] 연구모형

이러한 연구모형의 실질적 검증을 통해서 본 연구는 스마트폰 이용의도에 영향을 미치는

제 2 절 연구가설의 설정

Chen et al.(2009 : 241-248)의 스마트폰 이용연구에서 자기효능감은 사용용이성을 통해 유용성에 영향을 미친다는 가설을 내세웠다. 이를 검증하여 자기효능감이 사용용이성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Verkasalo et al.(2010 : 242-255)의 연구에서는 가설로 자기효능감이 지각된 유용성에 영향을 미친다와 자기효능감이 지각된 유희성에 영향을 미친다라는 가설을 가지고 분석 한 결과 자기 효능감이 지각된 유용성과 지각된 유희성에 영향을 주는 것으로 나타났다. 김수연 외(2010 : 29-39)의 스마트폰 채택하는 요인에 대한 연구에서도 자기효능감이 높을수록 지각된 유용성이 높아질 것이다라는 가설과 자기효능감이 높을수록 지각된 유희

성이 높아질 것이다라는 가설을 내세웠다. 그 가설을 토대로 분석한 결과 자기효능감이 높을수록 지각된 유용성과 지각된 유희성이 높아진다는 결과를 나타냈다. 이들 연구의 가설 및 연구결과를 토대로 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 수립하였다.

가설 1> 자기효능감은 지각된 유용성과 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1> 자기효능감이 높을수록 지각된 유용성도 높아질 것이다.

가설 1-2> 자기효능감이 높을수록 지각된 유희성도 높아질 것이다.

López-Nicolás et al.(2008 : 359-364)의 모바일 서비스 수용 연구에 따르면 사회적 영향은 지각된 유용성에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, Verkasalo et al.(2010 : 242-255)의 연구에서도 사회적 영향이 지각된 유용성과 지각된 유희성에 영향을 주는 것으로 나타났다. 손승혜 외(2010 : 237-240)의 기술수용모델을 이용한 스마트폰 채택 행동 연구에서도 사회적 압력이 유용성, 유희성이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김수연 외(2010 : 29-39)의 스마트폰 채택 행동 연구에서 사회적 영향이 지각된 유용성, 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이들 연구의 가설 및 연구결과를 토대로 다음과 같은 가설을 수립하였다.

가설 2> 사회적 영향은 지각된 유용성과 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1> 사회적 영향이 높을수록 지각된 유용성도 높아질 것이다.

가설 2-2> 사회적 영향이 높을수록 지각된 유희성도 높아질 것이다.

배재권(2008 : 337-361)의 연구에서 기능적 속성 중 멀티미디어 기능이 스마트폰 채택에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 손승혜 외(2010 : 237-240)은 여러 정보 검색, 뉴스 검색 등 인터넷을 사용하기 용이하다는 점과 재미적인 요소 등으로 오락 및 게임을 즐기거나 동영상 등을 이용한다는 점이 스마트폰을 사용하는데 유용하다고 보여주고 있다. 이 연구의

가설 및 연구결과를 토대로 다음과 같은 가설을 수립하였다.

가설 3> 기능적 요소는 지각된 유용성과 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1> 기능적 요소가 높을수록 지각된 유용성도 높아질 것이다.

가설 3-2> 기능적 요소가 높을수록 지각된 유희성도 높아질 것이다.

López-Nicolás et al.(2008 : 359-364)의 모바일 서비스 수용 연구에 따르면 유용성과 유희성이 스마트폰 이용의도에 긍정적인 영향을 준다고 나타났다. Verkasalo et al.(2010 : 242-255)은 스마트폰 사용자와 비사용자에 대하여 애플리케이션 사용 형태를 분석하여 지각된 유희성과 지각된 유용성에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 손승혜 외(2011 : 237-240)은 스마트폰의 채택의도에 대해서 유용성, 용이성, 유희성은 채택의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김수연 외(2011 : 29-39) 연구에서 스마트폰 수용에 용이성은 유용성과 유희성에 영향을 주고, 유용성과 유희성은 또한 채택의도에 영향을 주는 것으로 나타났으며, 기술수용모델을 이용한 초기 스마트폰 사용자의 채택에 있어서도 유용성과 유희성에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이은아 외(2009 : 583-590) 연구에서는 게임 포털 사이트에 지각된 유희성은 인지된 태도와 정서적 태도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 태도를 이용의도에 포괄적인 개념으로 포함하고 있기에 태도에 영향을 미치는 것이 이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 이해하고 있다. 이러한 연구의 가설 및 연구결과를 토대로 아래와 같은 가설을 수립하였다.

가설 4> 지각된 유희성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 5> 지각된 유용성은 이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 6> 지각된 유희성은 이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

제 3 절 변수의 조작적정의

1. 자기효능감

Bandura(1997)가 제안한 자기효능감 이론은 사회인지이론에서 시작된 개념으로, 개인이 어떤 목표를 달성하는데 필요한 일련의 행위 절차를 조직화하고 실행할 수 있는 자신의 능력에 대한 신념을 의미한다. 자기효능감은 정보시스템 분야에 도입되면서 신기술 사용 성과에 영향을 미치는 중요한 선행변수로 간주되었다. 본 연구에서 자기효능감은 스마트폰 사용에 관련된 활동을 성공적으로 수행할 수 있다는 자신의 능력에 대한 판단 및 자신감으로 정의하였다.

2. 사회적영향

사회적 영향은 사회적인 관계 속에서 서로간의 행위에 의해 영향을 주고 받는 정도에 따라 특정 행동을 수행하도록 개인이 받는 압력을 의미한다.(Venkatesh, Brown, 2001 : 71-102) 개인에게 사람들이 본인에게 시스템 사용 여부에 대한 조언을 한다고 생각하는 것에 대한 자기 자신의 지각을 말한다. 본 연구에서는 Venkatesh, Brown이 의미하는 사회적 영향을 조작적 정의로 삼고 있다.

3. 기능적요소

스마트폰을 사용할 수 있는 기능을 말한다. 핸드폰의 벨소리, 음성통화, 웹 사용, 앱 이용, 운영체제, 무선인터넷, DMB, 멀티미디어 등의 스마트폰을 이용하여 사용할 수 있는 기능을 말한다. 그 중에서도 스마트폰의 기능적 속성 중 콘텐츠의 기능으로 음성통화, 메시지, DMB, 게임 등을 정의한다. 이러한 점을 통해 사용자가 스마트폰의 기능을 이용할 때와 피쳐폰을 이용할 때의 기능의 차이 및 기능을 이용하는 지를 파악함으로써 본 연구

의 중요한 외부선행변수로 간주되었다.

4. 지각된 유용성

Davis(1986)의 기술수용모형에서 지각된 유용성은 “특정한 시스템의 사용이 이용자의 작업성과를 높여준다고 믿는 정도”를 정의하고 있다. 이러한 정의를 통해 스마트폰 관련 선행연구들은 스마트폰 사용자가 그 기술을 이용하면 성과를 높일 수 있다고 믿는 정도를 의미하였다. 이러한 문헌들을 통해 본 연구에서도 스마트폰 사용자가 작업성과를 높일 수 있다는 것을 조작적 의미로 정의하였다. 기존의 선행연구에서 4개 항목을 본 연구에 맞게 응용하였다.

5. 지각된 유희성

스마트폰 사용자가 스마트폰을 사용하는데 지각된 유희성에 대한 조작적 정의는 “스마트폰을 이용함으로써 즐거움을 높일 수 있다고 여기는 정도”를 의미한다. 스마트폰을 이용함으로써 즐거움을 느끼고 시간의 무료함을 없애주며, 스마트폰을 이용하는 목적이 되는지를 알기 위해 위와 같이 정의하였다. 기존의 선행연구에서 4개 항목을 본 연구에 맞게 응용하였다.

6. 이용의도

기술수용모형에서는 태도, 수용의도, 수용행위를 본 연구에서는 이용의도로 묶어서 정의하고 있다. 즉, 스마트폰을 지속적으로 사용하거나, 다양한 기능을 이용하거나, 스마트폰을 사용이 좋은 선택이라는 등의 생각을 가지고 있거나, 그 생각을 행동으로 옮기는 것을 말한다. 즉, 스마트폰을 사용하고자 하는 생각이나 계획은 의미한다. 기존의 선행연구에서 4개 항목을 본 연구에 맞게 응용하였다.

제 4 절 자료수집 및 분석방법

본 연구는 설문조사는 불특정 다수에게 구글 설문지를 이용하여 온라인 (페이스 북, 이메일, 네이트온 등)과 오프라인을 통해 설문을 받았다. 설문이 시행된 기간은 2011년 5월25일부터 8월25일까지 3개월에 걸쳐서 총 178명의 설문을 얻을 수 있었다.

이 연구에서 이용된 각 개념들에 대한 측정은 리커트 5점 척도를 이용하여 측정하였다. 기존의 선행연구(김수연 외, 2011 : 33-34, 손승혜 외, 2011 : 237-240)의 설문 항목을 바탕으로 설문지를 아래와 같이 구성하고, 내용타당도 검토를 위해 관련분야 전문가들의 자문(교수 3인, 박사 1인, 업계 1인)을 통해 내용타당도 검증을 실시하여 적정한 것으로 검증되었다. 스마트폰의 이용의도와 관련하여 영향을 미칠 것으로 예측되는 인구통계학적인 문항과 스마트폰의 사용기간을 묻는 문항, 기술수용모델에서 일반적으로 새로운 미디어의 채택에 적용하는 것으로 간주되고 있는 변인으로 지각된 유용성, 지각된 유희성을 묻는 문항을 제시하였다. 그리고 문헌연구와 연구설계에서 제시된 이용의도에 대해 묻는 문항 등 크게 15개 문항으로 구성되었다.

본 연구에서 분석하고자 설문지 구성은 손승혜(손승혜 외, 2011 : 237-240)와 김수연(김수연 외, 2011 : 33-34)에서 제시한 설문척도를 수정하여 사용하였다. 자기효능감은 사용자가 스마트폰을 이용할 때 사용자가 잘 이용하느니 쉽게 사용이 용이한지를 알 수 있는지에 대한 문항으로 구성되어 있으며, 기능적 요소는 사용자가 스마트폰의 어떠한 기능을 주로 이용하느니에 관한 내용을 알아볼 수 있도록 하였다. 질문항목으로는 “스마트폰을 배우는 것이 쉽다”, “스마트폰이 내가 하고 싶은 일을 쉽게 하게 해준다” 등으로 구성되어 있다.

사회적 영향은 사용하고 있으므로 인해 얻는 영향과 사용하지 않음으로써 타인과 이질감을 느끼거나 주변에서 사용해야 한다는 강요 및 사용함으로써 인해 편리하다는 점 등을 표현할 수 있는 질문 문항으로 구성되어 있다. 질문항목으로는 “스마트폰을 사용하지 않으면 다른 사람들과 대화를

할 수 없다” 등 주변에서 사용자에게 영향을 미치는 정도를 파악할 수 있는 문항으로 구성되어 있다.

기능적 요소는 사용자들이 주로 스마트폰의 어떤 기능을 이용하며 관심을 가지고 있는지를 알아보는 문항이다. 질문항목은 “음성통화를 한다”, “문자 메시지를 이용한다”, “이메일/트위터를 이용한다” 등 8가지 항목으로 구성되어 사용자들이 스마트폰을 이용하는데 영향을 주는지에 대해 알아보고자 한다.

지각된 유용성은 스마트폰 사용이 업무 및 생활에 얼마나 영향을 주는지를 알 수 있는 문항으로 구성되었으며, 지각된 유희성은 스마트폰이 개인에게 재미 및 무료함을 잊게 해주는 정도를 파악할 수 있는 문항으로 구성되어 있다. 이용의도는 추후에 스마트폰 사용여부 및 쓰고 있다면 지속성을 물어보는 문항으로 구성되어 있다.

인구통계학적 문제는 6문제로 성별, 연령, 직업, 휴대폰 사용경험, 통신회사, 통신요금 등으로 구성하였으며, 3문제는 스마트폰을 사용하고 있는지와 사용하고 있다면 사용정도를 파악할 수 있도록 구성하였다.

본 연구의 분석은 수집된 설문조사의 결과를 토대로 실증 분석을 실시하였으며, 실증분석은 각 변수들이 가지고 있는 관계와 영향을 주는 정도를 파악하고 이를 세부적으로 검증하여 유의확률을 찾아내는 통계분석의 방법을 사용하였다. 구체적인 통계처리방법은 첫째, 조사대상자의 일반적인 특성을 알아보기 위해 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였고, 둘째, 본 연구에 사용된 척도의 신뢰도 검사를 위해서 Cronbach's α 분석방법을 이용하였다. 셋째, 조사대상자들의 사회통계학적 특성에 따른 자기효능감, 사회적영향, 기능적요소, 지각된 유용성, 지각된 유희성, 이용의도의 평균 차이를 살펴보기 위하여 2집단 간의 평균차이 검정에 사용되는 분석인 t-test 분석과 다집단 간의 평균차이 검정에 사용되는 분석인 일원변량분산분석을 실시하였고, 사후검증을 위해 Duncan의 사후검증을 사용하였으며, 넷째, 변수들 간의 관계를 의미하는 것으로 두 개 이상의 변수에 있어서 한 변수의 변화가 다른 변수의 변화에 따라 어떤 변화가 일어나는지를 보여주는 상관분석을 실시하였고, 다섯째, 연구모형의 모델적합성 분

석을 위해 AMOS 분석을 실시하였다. 본 연구에 사용된 실증분석은 모두 유의수준 .05, 유의수준 .01, 유의수준 .001에 만족하는 조건으로 검증하였으며, 통계처리는 SPSS 18.0 프로그램을 사용하여 분석하였다.

[표 3-1] 설문지 구성

설문내용	출처	문항수	척도	신뢰계수
자기효능감	김수연 외	5	Likert type 5점 척도	.836
사회적 영향		4		.602
기능적 요소	2011	8		.854
지각된 유용성	손승혜 외	4		.870
지각된 유희성	2011	4		.917
이용의도		4		.818

[표 3-2] 설문지 내용

변수	설문 항목
자기효능감	1. 스마트폰을 배우는 것은 쉽다
	2. 스마트폰이 내가 하고 싶은 일을 쉽게 하게 해준다
	3. 스마트폰을 활용하는 방법은 이해하기 쉽고 분명하다
	4. 나는 스마트폰을 기술적으로 잘 활용한다
	5. 나는 새로운 기술이나 매체에 대한 최신 정보를 찾는데 관심이 있다
사회적 영향	1. 스마트폰을 사용하지 않으면 다른 사람들과 대화할 수 없다
	2. 주변 사람들이 다수 스마트폰을 사용하고 있다
	3. 주변 사람들이 나에게 스마트폰을 사용하도록 권한다
	4. 스마트폰을 쓰는 것은 시대적 흐름이라고 생각한다
기능적 요소	1. 음성통화를 한다
	2. 문자메시지를 이용한다
	3. 이메일/트위터를 이용한다
	4. 사진/동영상 촬영을 이용한다
	5. 정보습득(날씨, 교통, 뉴스)를 이용한다
	6. 편의기능(모닝콜, 계산, 알람)을 이용한다
	7. 음악, 영화/비디오/TV 등을 이용한다
	8. 게임을 한다

지각된 유용성	1. 스마트폰의 이용이 업무를 보다 효율적으로 수행할 수 있게 한다 2. 스마트폰의 이용이 내 업무 수행 능력을 향상시킨다 3. 스마트폰이 내 업무에 적합하다 4. 스마트폰이 내 생활에 유용하다
지각된 유희성	1. 스마트폰을 사용하는 것은 재미있다 2. 스마트폰을 사용하면 시간을 보내기 좋다 3. 스마트폰의 사용은 나에게 즐거움을 준다 4. 스마트폰을 사용하는 것은 호기심을 충족시켜 준다
이용의도	1. 나는 앞으로도 계속 스마트폰을 이용하게 될 것이다 2. 나는 앞으로 더 자주 스마트폰의 다양한 기능을 이용할 것이다 3. 나는 스마트폰 사용이 좋은 선택이라 생각이 된다 4. 스마트폰을 사거나 이용하는데 비용 부담이 적을 것이다
인구통계학적	성별, 연령, 직업, 휴대폰 사용경험, 통신회사, 휴대폰 통신 비용, 스마트폰 기종, 스마트폰 사용경험, 스마트폰 사용시간, 스마트폰 주당 사용 정도



HANSUNG
UNIVERSITY

제 4 장 연구결과

제 1 절 일반적 특성

[표 4-1]은 표본의 인구통계학적 특성을 빈도와 퍼센트(%)로 보여주고 있다. 먼저 표본의 성별 특성을 살펴보면 남자 116명, 여자 62명, 총 178명이었고, 나이의 특성을 범주로 살펴보면, 20대에 46명(25.8%), 30대에 73명(41.0%), 40대에 38명(21.3%), 50대 이상은 21명(11.8%)의 구성으로 이루어져 있다.

조사자들은 통신회사가 SKT가 93으로 52.2%를 차지하고 있으며, KT는 66명으로 37.1%를 LG는 19명으로 10.7%를 차지하고 있는 것으로 보아 최근에는 SKT 사용자들이 많은 것으로 보이고 있다. 스마트폰 사용 기종은 아이폰이 53명으로 29.8%를 갤럭시는 80명으로 44.9%를 기타 기종은 45명으로 25.3%를 구성하고 있는 것으로 보아 아이폰보다 갤럭시 사용이 많아지는 것을 알 수 있다.

조사자들의 스마트폰 사용경험은 총 178명 중에서 47명(26.4%)이 사용경험이 없으며, 1년 이하 사용하는 사용자는 78명(45.9%)를 이루며, 1년 이상 2년 이하인 경우는 12명(6.7%), 3년 이상을 쓰는 경우는 4명으로 구성되어 있다.

조사자들의 휴대폰 사용기간은 11년을 초과하는 인원이 86명이며 48.3%를 차지하는 것으로 보아 피쳐폰은 이제 하락세를 달리는 것으로 나타나고 있다. 이러한 점에서 스마트폰 사용기간이 최대 3년 이상인 조사자들도 있고, 1년 이하로 사용하는 경우의 인원수가 많은 것을 알 수 있다. 그만큼 휴대폰 사용은 사용자들에게 없어서는 안 되는 하나의 일부이며 스마트폰은 이제 등장하면서 휴대폰을 대신하여 생활의 일부가 되어가는 하나의 과정으로 짧은 시기에 본격화되고 있다.

[표 4-1] 조사 대상자 특성

일반적 특성		n	%
성별	남자	116	65.2
	여자	62	34.8
연령	20대	46	25.8
	30대	73	41.0
	40대	38	21.3
	50대 이상	21	11.8
직업	대학생	18	10.1
	회사원	112	62.9
	기타	48	27.0
휴대폰 사용경험	1년 이하	27	15.2
	5년 이하	31	17.4
	10년 이하	34	19.1
	11년 초과	86	48.3
통신사	SKT	93	52.2
	KT	66	37.1
	LG	19	10.7
통신비용	3만원 이하	11	6.2
	3~5만원	60	33.7
	6~8만원	66	37.1
	9만원이상	41	23.0
기종	아이폰	53	29.8
	갤럭시	80	44.9
	기타	45	25.3

제 2 절 신뢰도 분석

신뢰도는 일정한 시간적 간격을 두고 동일한 조건의 측정대상에 대해 반복적으로 측정하였을 때 각 반복 측정치들 사이의 일관성의 정도 또는 신뢰성에 대해 측정하는 것이 신뢰도분석이라고 정의 할 수 있다. 조사를 통해 수집된 자료의 각 항목에 대한 안정성, 일관성 및 예측 가능성을 알아보기 위해 문항내적 일치도를 측정하는 Cronbach's alpha를 이용한 신뢰도 분석을 실시하였다.[표 4-2]

[표 4-2] 신뢰도 분석

척도	문항수	Cronbach's α
자기효능감	5	.836
사회적 영향	4	.602
기능적 요소	8	.854
지각된 유용성	4	.870
지각된 유희성	4	.917
이용의도	4	.818

척도에 대한 신뢰도 분석을 실시한 결과, 자기효능감은 5문항은 Cronbach's α 값이 .836로 신뢰도가 매우 높게 나타나 신뢰를 할 수 있는 것으로 나타났다. 사회적 영향에 관한 4개의 문항은 Cronbach's α 값이 .602로 허용할만한 수준으로 나타나 신뢰를 할 수 있는 것으로 나타났다. 기능적 요소에 관한 8개의 문항은 Cronbach's α 값이 .854로 신뢰도가 매우 높게 나타나 신뢰를 할 수 있는 것으로 나타났다. 지각된 유희성에 관한 4개의 문항은 Cronbach's α 값이 .917로 신뢰도가 매우 높게 나타나 신뢰를 할 수 있는 것으로 나타났다. 그리고 이용의도에 관한 4개의 문항은 Cronbach's α 값이 .818로 매우 높게 나타나, 사용된 척도는 Cronbach's α 값이 0.6 이상의 값을 갖고 있어 신뢰할 수 있는 것으로 나타났다.

제 3 절 차이 분석

차이 분석을 위한 검증 방법은 대표적으로 t 검증, ANOVA를 말하는데, t 검증(t-test)은 두 집단 또는 두 상관적인 표본의 평균치가 동일한 모집단에서 추출되었는지를 검증하는 모수치 통계 기법으로 단순한 실험에서 가장 많이 사용하는 방법으로 두 집단 간의 통계적 차이를 검증하는 모수적 검증 방법 중 하나이다. ANOVA는 분산분석으로 두 개 이상 다수의 집단을 비교하고자 할 때 집단 내의 분산, 총 평균과 각 집단의 평균의 차이에 의해 생긴 집단 간 분산의 비교를 통해 만들어진 F분포를 이용하여 가설 검정을 하는 방법으로 사후 다중비교를 사용하여 어떤 집단간에 차이가 있는지를 확인하여야 한다. 본 연구에서는 사후검증으로는 Duncan 방법을 이용하였다.

일반적 특성인 성별, 연령, 직업, 휴대폰 사용경험, 통신사, 통신비용, 기종에 따른 자기효능감, 사회적 영향, 기능적 요소, 지각된 유용성, 지각된 유희성, 이용의도의 차이를 알아보기 위하여 t 검정과 ANOVA를 실시한 결과는 다음과 같다.

[표 4-3] 일반적 특성에 따른 자기효능감

일반적 특성		M	SD	Duncan	t or F	p
성별	남자	3.46	0.69		2.227	.027
	여자	3.22	0.67			
연령	20대	3.52	0.63		1.782	.152
	30대	3.35	0.73			
	40대	3.38	0.75			
	50대 이상	3.10	0.47			
직업	대학생	3.61	0.67		1.567	.212
	회사원	3.38	0.71			
	기타	3.28	0.64			

휴대폰 사용경험	1년 이하	3.44	0.66		.632	.596
	5년 이하	3.50	0.67			
	10년 이하	3.29	0.61			
	11년 초과	3.34	0.74			
통신사	SKT	3.38	0.64		.071	.932
	KT	3.38	0.80			
	LG	3.32	0.55			
통신비용	3만원 이하	3.05	0.47		2.421	.068
	3~5만원	3.24	0.64			
	6~8만원	3.48	0.65			
	9만원이상	3.47	0.83			
기종	아이폰	3.63	0.70	a	8.266	.000
	갤럭시	3.37	0.59	b		
	기타	3.08	0.73	c		

※ Duncan의 사후검정 : 같은 문자가 있는 행은 유의한 차이가 없다($\alpha=.05$).

[표 4-3]은 일반적 특성에 따른 자기효능감의 차이를 분석한 결과, 성별($p=.027<.05$), 기종($p<.001$)에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

스마트폰에 대한 자기효능감은 남자가 3.46으로 여자의 3.22보다 높게 나타났으며, Duncan의 사후검정 결과, 스마트폰 기종은 아이폰이 3.63으로 가장 높았으며, 갤럭시가 3.37, 기타 기종이 3.08로 가장 낮게 나타났다. 많이 배포된 기종으로 아이폰과 갤럭시가 있으며 이에 대한 사용법은 책이나 많은 사용자들의 정보를 통해 큰 노력 없이 사용이 가능할 수 있다.

[표 4-4] 일반적 특성에 따른 사회적 영향

일반적 특성		M	SD	Duncan	t or F	p
성별	남자	3.39	0.49		-.266	.791
	여자	3.42	0.66			
연령	20대	3.43	0.53		1.425	.237
	30대	3.41	0.59			
	40대	3.26	0.54			
	50대 이상	3.55	0.49			

직업	대학생	3.47	0.48		1.659	.193
	회사원	3.44	0.55			
	기타	3.28	0.58			
휴대폰 사용경험	1년 이하	3.48	0.53		.261	.853
	5년 이하	3.40	0.54			
	10년 이하	3.36	0.55			
	11년 초과	3.39	0.57			
통신사	SKT	3.43	0.58		.406	.667
	KT	3.37	0.50			
	LG	3.33	0.59			
통신비용	3만원 이하	3.59	0.45		1.699	.169
	3~5만원	3.28	0.55			
	6~8만원	3.43	0.57			
	9만원이상	3.47	0.54			
기종	아이폰	3.45	0.47	a	4.325	.015
	갤럭시	3.48	0.57	a		
	기타	3.19	0.57	b		

※ Duncan의 사후검정 : 같은 문자가 있는 행은 유의한 차이가 없다($\alpha=.05$).

[표 4-4]는 일반적 특성에 따른 사회적 영향을 차이를 분석한 결과를 보여주며 기종($p=.015<.05$)에 따른 사회적 영향이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

Duncan의 사후검정 결과, 스마트폰 사용 기종은 아이폰($M=3.45$)과 갤럭시($M=3.48$)의 사회적 영향이 기타 기종($M=3.19$) 보다 높은 것으로 드러났다. 광고 및 사용자들이 주로 쓰는 기종이 아이폰과 갤럭시이며, 사용자들이 원하는 스마트폰 기종이다.

[표 4-5] 일반적 특성에 따른 기능적 요소

일반적 특성		M	SD	Duncan	t or F	p
성별	남자	3.52	0.81		1.403	.162
	여자	3.34	0.81			

연령	20대	3.84	0.68	a	9.891	.000
	30대	3.55	0.81	a		
	40대	3.11	0.69	b		
	50대 이상	2.96	0.85	b		
직업	대학생	3.93	0.75	a	7.421	.001
	회사원	3.52	0.79	b		
	기타	3.15	0.78	c		
휴대폰 사용경험	1년 이하	3.72	0.66	a	3.521	.016
	5년 이하	3.73	0.73	a		
	10년 이하	3.22	0.91	b		
	11년 이상	3.38	0.81	b		
통신사	SKT	3.51	0.86		1.349	.262
	KT	3.47	0.76			
	LG	3.18	0.72			
통신비용	3만원 이하	2.63	0.59	b	7.731	.000
	3~5만원	3.29	0.86	a		
	6~8만원	3.70	0.75	a		
	9만원이상	3.55	0.69	a		
기종	아이폰	3.75	0.63	a	6.436	.002
	갤럭시	3.42	0.82	b		
	기타	3.19	0.89	b		

※ Duncan의 사후검정 : 같은 문자가 있는 행은 유의한 차이가 없다($\alpha=.05$).

[표 4-5]는 일반적 특성에 따른 기능적 요소의 차이를 분석한 결과를 보여준다. 연령($p<.001$), 직업($p=.001<.05$), 휴대폰 사용경력($p=.016<.05$), 통신비용($p<.001$), 기종($p=.002<.01$)에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

Duncan의 사후검정 결과, 연령은 30대 이하가 40대 이상 보다 기능적 요소가 높았으며, 직업은 대학생이 3.93으로 가장 높고, 기타가 3.15로 가장 낮게 나타났다. 휴대폰 사용 경력에서는 5년 이하 경력자의 기능적 요소가 6년 이상 경력자 보다 높은 것으로 드러났다. 통신비용에서는 3만원 초과 사용자의 기능적 요소가 3만원 이하 사용자 보다 높았으며, 기종에서는 아

이폰 이용자가 3.75로 기능적 요소가 가장 높게 나타났다.

[표 4-6] 일반적 특성에 따른 지각된 유용성

일반적 특성		M	SD	Duncan	t or F	p
성별	남자	3.70	0.74		2.242	.026
	여자	3.46	0.57			
연령	20대	3.63	0.62		.350	.789
	30대	3.58	0.85			
	40대	3.63	0.58			
	50대 이상	3.75	0.37			
직업	대학생	4.01	0.56	a	3.546	.031
	회사원	3.55	0.75	b		
	기타	3.63	0.52	b		
휴대폰 사용경험	1년 이하	3.70	0.68		1.060	.368
	5년 이하	3.78	0.56			
	10년 이하	3.60	0.60			
	11년 초과	3.54	0.76			
통신사	SKT	3.68	0.67		.705	.495
	KT	3.57	0.77			
	LG	3.51	0.45			
통신비용	3만원 이하	3.41	0.64		.589	.623
	3~5만원	3.58	0.59			
	6~8만원	3.65	0.65			
	9만원이상	3.69	0.89			
기종	아이폰	3.80	0.71	a	7.033	.001
	갤럭시	3.68	0.62	b		
	기타	3.31	0.71	c		

※ Duncan의 사후검정 : 같은 문자가 있는 행은 유의한 차이가 없다($\alpha=.05$).

[표 4-6]는 일반적 특성에 따른 지각된 유용성의 차이를 분석한 결과를 보여준다. 성별($p=.026<.05$), 직업($p=.031<.05$), 기종($p=.001<.01$)에 따른 지각된 유용성은 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

성별에서 남자의 지각된 유용성은 3.70으로 여자의 3.46보다 높았으며,

Duncan의 사후검정 결과 직업은 대학생이 4.01로 가장 높게 나타났다. 사용 기종에서는 아이폰 사용자의 지각된 유용성이 3.80으로 가장 높았으며, 다음으로는 갤럭시 사용자가 3.68로 높게 나타났다.

[표 4-7] 일반적 특성에 따른 지각된 유희성

일반적 특성		M	SD	Duncan	t or F	p
성별	남자	3.88	0.76		1.198	.232
	여자	3.74	0.67			
연령	20대	3.97	0.73		1.057	.369
	30대	3.84	0.80			
	40대	3.74	0.62			
	50대 이상	3.68	0.66			
직업	대학생	4.25	0.65	a	4.527	.012
	회사원	3.84	0.78	b		
	기타	3.66	0.57	b		
휴대폰 사용경험	1년 이하	3.98	0.69		.950	.418
	5년 이하	3.93	0.62			
	10년 이하	3.71	0.68			
	11년 초과	3.80	0.79			
통신사	SKT	3.88	0.71		1.037	.357
	KT	3.82	0.82			
	LG	3.62	0.47			
통신비용	3만원 이하	3.48	0.54		1.292	.279
	3~5만원	3.92	0.66			
	6~8만원	3.86	0.76			
	9만원이상	3.76	0.81			
기종	아이폰	4.05	0.70	a	13.749	.000
	갤럭시	3.94	0.65	a		
	기타	3.38	0.72	b		

※ Duncan의 사후검정 : 같은 문자가 있는 행은 유의한 차이가 없다($\alpha=.05$).

[표 4-7]에서는 일반적 특성에 따른 지각된 유희성의 차이를 분석한 결과를 나타내며, 직업($p=.012<.05$), 기종($p<.001$)에 따라 유의한 차이가 있

는 것으로 드러났다.

Duncan의 사후검정 결과, 직업에서는 대학생이 4.25로 지각된 유희성이 가장 높았으며, 기종에서는 아이폰(M=4.05)과 갤럭시(M=3.94) 사용자가 높게 나타났다.

[표 4-8] 일반적 특성에 따른 이용의도

일반적 특성		M	SD	Duncan	t or F	p
성별	남자	3.80	0.74		2.712	.007
	여자	3.49	0.72			
연령	20대	3.82	0.71		1.480	.222
	30대	3.72	0.77			
	40대	3.64	0.68			
	50대 이상	3.42	0.85			
직업	대학생	4.06	0.72	a	3.246	.041
	회사원	3.70	0.70	a		
	기타	3.54	0.84	b		
휴대폰 사용경험	1년 이하	3.83	0.67		1.403	.244
	5년 이하	3.80	0.62			
	10년 이하	3.49	0.87			
	11년 초과	3.69	0.76			
통신사	SKT	3.73	0.83	a	3.398	.036
	KT	3.76	0.66	a		
	LG	3.28	0.51	b		
통신비용	3만원 이하	3.59	0.41	b	4.225	.007
	3~5만원	3.43	0.76	b		
	6~8만원	3.84	0.72	a		
	9만원이상	3.85	0.76	a		
기종	아이폰	3.88	0.62	a	7.197	.001
	갤럭시	3.76	0.76	a		
	기타	3.35	0.77	b		

※ Duncan의 사후검정 : 같은 문자가 있는 행은 유의한 차이가 없다($\alpha=.05$).

[표 4-8]에서는 일반적 특성에 따른 이용의도의 차이를 분석한 결과를 나타냈다. 성별($p=.007<.01$), 직업($p=.041<.05$), 통신사($p=.036<.05$), 통신비

용($p=.007<.01$), 기종($p=.001<.01$)에 따른 이용의도는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

성별에서 남자의 이용의도는 3.80으로 여자의 3.49보다 높게 나타났으며, Duncan의 사후검정 결과, 직업은 대학생이 4.06으로 이용의도가 가장 높게 나타났다. 통신사는 SKT($M=3.73$)와 KT($M=3.76$) 사용자의 이용의도가 LG 사용자 보다 높았으며, 통신비용은 6만원 이상 사용자가 5만원 이하 사용자보다 이용의도가 높은 것으로 드러났다. 기종에서는 아이폰($M=3.88$)과 갤럭시($M=3.76$) 사용자의 이용의도가 높게 나타났다.

제 4 절 상관분석

상관관계는 변수들 간의 관계를 의미하는 것으로 두 개 이상의 변수에 있어서 한 변수의 변화가 다른 변수의 변화에 따라 어떤 변화가 일어나는지를 보여주는 지표를 보여주는 것이다. 상관관계 정도가 ± 1 에 가까울수록 상관관계가 높다고 할 수 있으며 0에 가까울수록 상관관계가 낮다고 할 수 있다.

상관관계 분석은 변수들 간의 관련성을 파악하며 두 변수간의 관련의 강도와 방향을 보여주는 것이라고 할 수 있다. 본 연구에서는 스마트폰을 사용하는 데에 미치는 요인들인 자기효능감, 사회적 영향, 기능적 요소, 지각된 유용성, 지각된 유희성, 이용의도 간의 상관관계를 알아보기 위하여 Pearson의 적률 상관분석을 실시하였다[표 4-9].

[표 4-9] 상관분석

	자기효능감	사회적 영향	기능적 요소	지각된 유용성	지각된 유희성	이용의도
자기효능감	1.000					
사회적 영향	.311 ***	1.000				
기능적 요소	.466 ***	.314 ***	1.000			
지각된 유용성	.629 ***	.278 ***	.388 ***	1.000		
지각된 유희성	.593 ***	.386 ***	.536 ***	.565 ***	1.000	
이용의도	.515 ***	.428 ***	.616 ***	.476 ***	.492 ***	1.000

*** $p<.001$

상관관계를 분석한 결과, 모든 척도 간에는 양의 상관관계가 있는 것으로 나타났다($p < .001$).

제 5 절 구조방정식

연구모형에 대한 가설 검정을 위하여 구조방정식 모형 분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

[표 4-10] 구조방정식 모형 적합도

적합 지수	결과 값
χ^2	420.401
df	295
p	.000
GFI	.855
NFI	.968
NNFI	.948
CFI	.956
RMR	.050
RMSEA	.049

연구모형에 대한 구조방정식 모형 분석을 실시한 결과의 모형 적합도는 [표 4-10]과 같다.

모형 적합도는 GFI(goodness of fit index)는 주어진 모형이 전체자료를 얼마나 잘 설명하는지 나타내는 지표를 의미한다. GFI는 일반적으로 값이 0~1.0 사이의 값을 가지며 본 연구의 모형 적합도 GFI의 결과 값은 .855로 조금 낮게 나타났다. 그러나 NFI(normed fit index)는 기초모델에 비해 제안모델이 어느 정도 향상되었는가를 나타내는 것으로 일반적으로 .90 이상이면 수용할 만하다고 여겨지며 결과 값이 .968로 나타나 수용할 만하다고 나타났다(김수연 외 : 2011 : 29-39). CFI(comparative fit index)

는 NFI의 결합을 극복하기 위해 모집단의 모수 및 분포를 고려한 지수로 값이 .956로 NFI의 일반적인 권장 수용기준이 .90 이상이므로 모형에 적합한 것으로 나타났다. NNFI는 제안모형과 기초모형의 비교 및 모형의 간명도를 결합하여 측정한 지수로 값이 .948로 나타나 일반적인 측정기준인 .90 이상으로 나타났으며, RMR은 관찰행렬과 추정행렬 사이의 잔차 평균을 의미하며 .05~.08이하면 적당한 모형이다. 자료의 측정단위에 좌우되는 성질이 있으며 본 연구에서 결과 값이 .050임으로 적당한 모형으로 나타난다. RMSEA는 χ^2 의 통계량의 한계를 교정하기 위해 사용되는 통계량으로 결과 값이 .049로 .05 미만으로 나타내고 있어 모형에 적합한 것으로 나타난다. 이처럼 모형 적합도 값들이 권장 수용 기준에 맞게 나타나고 있어서 본 연구의 모형이 적합한 것으로 드러났다.

[표 4-11] 가설 검정 결과

	B	SE	β	t	p
자기효능감 → 지각된유용성	.579	.127	.556	4.572	.000
자기효능감 → 지각된유희성	.491	.102	.440	4.816	.000
사회적영향 → 지각된유용성	.048	.189	.026	.256	.798
사회적영향 → 지각된유희성	.447	.197	.228	2.269	.023
기능적요소 → 지각된유용성	-.007	.118	-.005	-.057	.954
기능적요소 → 지각된유희성	.376	.122	.284	3.088	.002
지각된유희성 → 지각된유용성	.184	.111	.197	1.654	.098
지각된유용성 → 이용의도	.236	.116	.184	2.038	.042
지각된유희성 → 이용의도	.568	.109	.476	5.209	.000

구조방정식 모형을 이용한 가설 검정을 실시한 결과는 [표 4-11] 과 같다.

가설 1(자기효능감은 지각된 유용성과 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다)은 가설 1-1과 가설 1-2로 세부적인 가설을 통해 검증할

수 있다.

가설 1-1(자기효능감이 높을수록 지각된 유용성도 높아질 것이다)에 대한 구조방정식 모형에 의한 검정 결과, 가설 1-1은 자기효능감은 지각된 유용성에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다($p < .001$). 자기효능감이 높을수록($B = .579$) 지각된 유용성이 높아지는 것으로 나타나, 자기효능감이 높을수록 지각된 유용성도 높아질 거라는 가설은 지지되었다.

가설 1-2(자기효능감이 높을수록 지각된 유희성도 높아질 것이다)에 대한 검정 결과, 자기효능감은 지각된 유희성에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다($p < .001$). 자기효능감이 높을수록($B = .491$) 지각된 유희성이 높아지는 것으로 나타나, 자기 효능감은 높을수록 지각된 유희성도 높아질 거라는 가설은 지지되었다.

그러므로 자기효능감은 지각된 유용성과 지각된 유희성에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

가설 2(사회적 영향은 지각된 유용성과 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다)는 가설 2-1과 가설 2-2로 세부적인 가설을 통해 검증할 수 있다.

가설 2-1(사회적 영향이 높을수록 지각된 유용성도 높아질 것이다)에 대한 검정 결과, 사회적 영향은 지각된 유용성에 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타나($p = .798 > .05$), 사용자들의 입소문이나 광고효과 등을 통해 스마트폰의 유용할 것이라는 점을 느끼지 못한다는 점에서 가설 2-1은 기각되었다.

가설 2-2(사회적 영향이 높을수록 지각된 유희성도 높아질 것이다)에 대한 검정 결과, 사회적 영향은 지각된 유희성에 유의한 영향을 주는 것으로 나타나($p = .023 < .05$), 사회적 영향이 높을수록($B = .447$) 지각된 유희성이 높아지는 것으로 드러났다. 사용자들의 사용, 입소문, 매체 등을 통해 스마트폰은 재미있고 무료한 시간을 보낼 수 있는 지각된 유희성이 유의미한 영향을 주고 있다고 나타내고 있다.

그러므로 사회적 영향은 지각된 유용성은 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 지각된 유희성에는 유의미한 영향을 미치는 것으로 나

타났다.

가설 3(기능적 요소는 지각된 유용성과 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다)은 가설 3-1과 가설 3-2로 세부적인 가설을 통해 검증할 수 있다.

가설 3-1(기능적 요소가 높을수록 지각된 유용성도 높아질 것이다)에 대한 검정 결과, 기능적 요소는 지각된 유용성에 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타나($p=.954>.05$), 가설 3-1은 기각되었다.

가설 3-2(기능적 요소가 높을수록 지각된 유희성도 높아질 것이다)는 검정 결과, 기능적 요소는 지각된 유희성에 유의한 영향을 주는 것으로 나타나($p=.002<.01$), 기능적 요소가 높을수록($B=.376$) 지각된 유희성이 높아지는 것으로 드러났다. 따라서 기능적 요소가 높을수록 지각된 유희성도 높아지는 것으로 검증되었다.

따라서 기능적 요소는 지각된 유용성에는 유의미한 영향을 주지 않으며 지각된 유희성에는 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다.

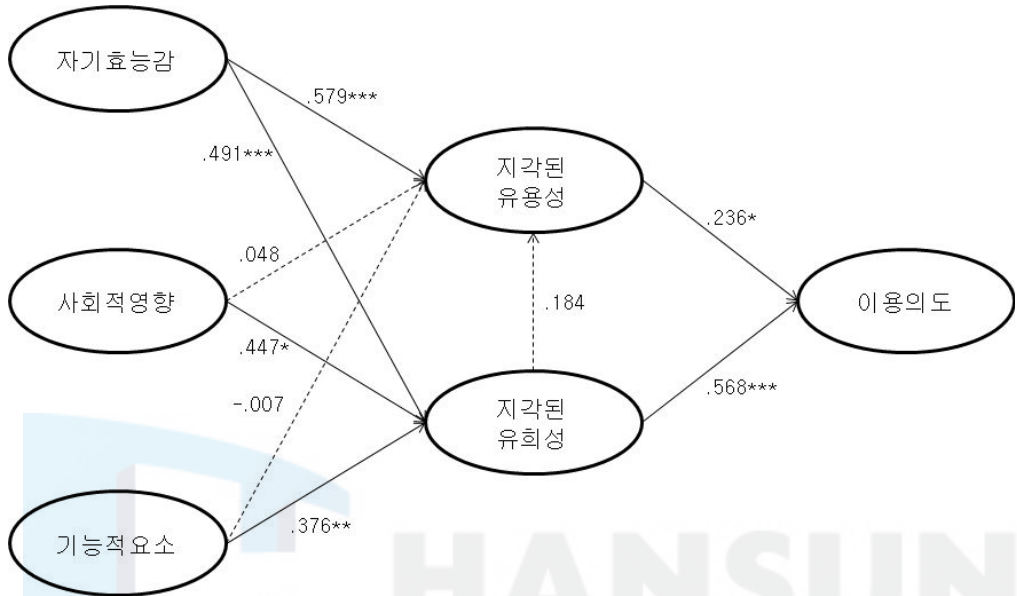
가설 4(지각된 유희성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다)는 검정 결과, 지각된 유희성은 지각된 유용성에 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타나($p=.098>.05$), 스마트폰이 가진 유희적인 요소가 스마트폰을 유용하게 이용하는데 크게 작용하지 않고 있음을 알 수 있다. 그러므로 지각된 유희성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 검증되었다.

가설 5(지각된 유용성은 이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다)는 검정 결과, 지각된 유용성은 이용의도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다($p=.042<.05$). 지각된 유용성이 높을수록($B=.236$) 이용의도가 높아지는 것으로 나타나, 스마트폰이 피쳐폰을 사용할 때보다 업무나 생활에 유용하게 활용할 수 있다는 점에서 스마트폰을 이용하려는 의도가 생긴다고 판단할 수 있다.

가설 6(지각된 유희성은 이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다)의 검정 결과, 지각된 유희성은 이용의도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다($p<.001$). 스마트폰의 지각된 유희성이 높을수록($B=.568$) 이용의도가 높

아지는 것으로 나타나, 스마트폰을 유희적인 도구로서 무료한 시간을 보내거나 사용자의 즐거움을 위해 스마트폰을 이용하려는 의도가 생긴다고 판단할 수 있다.

구조방정식 모형의 분석 결과를 정리한 결과는 [그림 4-1]와 같다.



[그림 4-1] 구조방정식 모형 분석 결과

가설의 검증결과를 요약하면 아래 [표 4-12]와 같다.

[표 4-12] 가설 검증 결과 요약

가 설	검증결과
가설 1. 자기효능감은 지각된 유용성과 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-1. 자기효능감이 높을수록 지각된 유용성도 높아질 것이다.	채택
가설 1-2. 자기효능감이 높을수록 지각된 유희성도 높아질 것이다.	채택

가설 2. 사회적 영향은 지각된 유용성과 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	부분채택
가설 2-1. 사회적 영향이 높을수록 지각된 유용성도 높아질 것이다.	기각
가설 2-2. 사회적 영향이 높을수록 지각된 유희성도 높아질 것이다.	채택
가설 3. 기능적 요소는 지각된 유용성과 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	부분채택
가설 3-1. 기능적 요소가 높을수록 지각된 유용성도 높아질 것이다.	기각
가설 3-2. 기능적 요소가 높을수록 지각된 유희성도 높아질 것이다.	채택
가설 4. 지각된 유희성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	기각
가설 5. 지각된 유용성은 이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 6. 지각된 유희성은 이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택



제 5 장 결 론

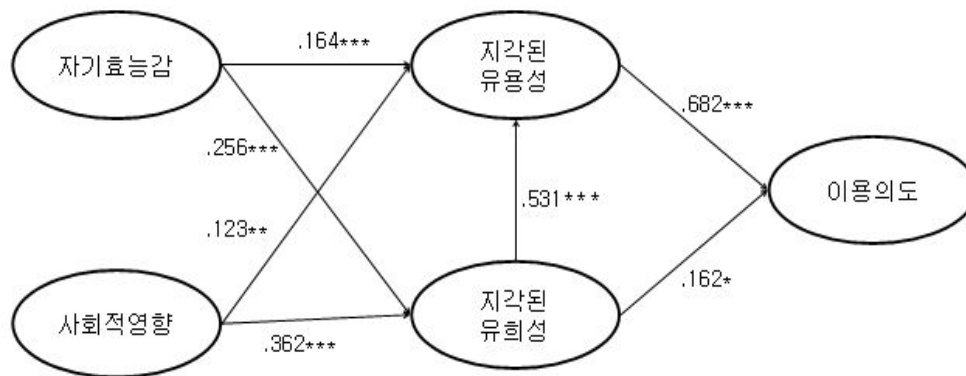
스마트폰은 컴퓨터와 인터넷의 섬세한 정보처리기능까지도 처리할 수 있는 진취적이고 독특하고 흥미로운 아이템으로 세계적인 커뮤니케이션을 공유할 수 있는 기기로 발전되었다. 큰 기기와 좁은 공간에서 이루어지던 커뮤니케이션 양식이 이동성을 살려 어떤 공간, 어떤 장소에서 던지 손바닥 크기의 기기로 원하는 서비스를 제공하여 사용자들의 이용도를 높여주고 있다. 스마트폰은 체계적인 기술의 발전으로 새롭고 가상적인 현실이 이루어지고 있다. 발전된 기술이 반영하면서 사람들의 흥미 및 편리성을 제공해 주는 기기로 변천하고 있고 앞으로도 더 많은 기술의 발달로 인간들의 현주소가 어디로 변해 갈지는 무척 궁금하다.

이러한 상황에서 본 연구는 스마트폰이 자기효능감, 사회적 영향, 기능적요소가 지각된 유용성, 지각된 유희성 및 이용의도에 영향을 미치는 점에 대해 분석을 하였다. 선행연구를 바탕으로 이용의도와 세부변수를 도출하여 구성한 설문지를 가지고 온, 오프라인을 통해 데이터를 수집하여 구조방정식으로 표현된 연구모형 및 가설을 검증하였다.

일반적 특성이 스마트폰에 영향을 미치는 요인들에 미치는 영향에 대한 연구결과는 일반적인 특성인 성별이 자기효능감, 지각된 유용성, 이용의도에 영향을 미치는 것을 알 수 있었고, 기종은 자기효능감, 사회적 특성, 기능적 요소, 지각된 유용성, 지각된 유희성, 이용의도에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 직업은 기능적 요소, 지각된 유희성, 이용의도에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 연령, 휴대폰 사용경력은 기능적 요소에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 통신비용은 기능적 요소, 이용의도에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 통신사는 이용의도에 유의미한 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 이처럼 기종은 모든 요소에 영향을 미치고 있는 것으로 알 수 있다. 아마 이러한 특징은 스마트폰이 등장한 특정 기종으로부터 국내 및 세계에 알려졌기 때문이다.

본 연구결과는 선행연구와는 다른 결과를 보여주고 있다. 기존의 선행연구는 270부의 설문자료를 가지고 분석한 결과, 자기효능감은 유용성과 유

회성에 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 사회적영향도 유용성과 유희성에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 유용성이 유희성보다 이용의도에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. [그림 5-1] 이러한 선행연구의 연구결과와 본 연구의 결과는 차이가 있음을 알 수 있다.



[그림 5-1] 선행연구 결과모형

본 연구결과에서는 자기효능감은 선행연구와 동일하게 지각된 유용성과 지각된 유희성에 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 사회적 영향은 지각된 유희성에만 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 선행연구에서 향후 포함했으면 하는 변수인 기능적 요소도 지각된 유희성에만 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구와 선행연구의 결과가 다르게 나타난 점은 표본대상층이 다름과 스마트폰의 이용의도가 유용성보다는 유희성에 영향을 많이 받는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 사용자들이 업무 및 생활에 유용하게 사용하는 것보다는 게임 및 유희적인 목적으로 스마트폰을 더 많이 이용하는 것으로 보여주고 있다.

회사의 입장에서는 스마트폰을 좀 더 효율적으로 사용하기 위해 실제 업무에서 유용하게 사용할 수 있는 시스템을 개발하여 스마트폰과 호환이 되는 방안을 모색해야 한다. 대기업 같은 데에서는 스마트폰을 이용을 권장하면서 회사관련 업무의 일을 실시간 이용하는 업체들이 시간이 지날수록 증가하는 추세이다. 하지만, 실제 업무 관련해서 이용하는 서비스 및

스마트폰의 활용도는 낮은 추세이다. 개인의 유희적인 목적성이 강하기 때문이다. 스마트폰 사용이 주로 개인의 생활에 초점이 맞춰져 있기 때문에 업무적으로 활용하기 위해서는 업무관련 시스템의 개발 및 스마트폰을 통해 회의의 간소화 등 회사의 정책을 바꾸어 보다 효율적으로 업무를 수행할 수 있게 스마트폰을 이용하는 방안을 모색하여 스마트폰의 이용율을 높이는 것이 좋을 듯싶다.

스마트폰이 보편화가 되었다지만 아직까지 미사용자들이 많이 있다. 통신회사에서는 광고를 통해 스마트폰 홍보를 많이 하고 있지만, 인터넷 활용도가 낮은 40대 이상 연령층이나 스마트폰의 사용의 필요성이 높지 않은 사용자들에게는 손쉽게 접근이 어렵다. 이에 스마트폰을 고 연령층을 위한 서비스와 이용하기 손쉬운 인터페이스 개발 등을 통해 다양한 연령층을 확보하는 것이 우선이 되어야 할 것이다. 그것과 더불어 비용 절감 역시 필요하다. 스마트폰은 일단 비용 면에서 아직 비싼 편이다. 물론 스마트폰이 많이 보편화가 되었다고 하지만 연혁이 짧고 계속 신제품이 나오고 있는 추세라서 비용 측면이 비싸다. 그리고 고정비로 묶은 요금제로 인해 비용 측면에서도 다소 부담이 가는 경우가 허다하다. 이러한 점에서 요금과 기기에 대한 비용에 대해 통신회사는 고려해야할 문제일 듯싶다.

선행연구에서 기능적 요소를 추가하여 연구모형을 만들었으나, 기능적 요소가 거의 콘텐츠미디어 부분에 치중되어 있기에 OS라든지 보다 확장된 기능적 요소를 추가하여 분석할 필요가 있어야 한다. 조사대상자들의 인원수가 많지 않았기에 보다 많은 조사대상을 통해 조사되었어야 했다. 설문이 미사용자와 사용자간의 구별사항 없이 미사용자인 경우에는 스마트폰을 사용 했을 때의 의견과 사용자의 의견을 토대로 조사하였기에 답에 연구자는 스마트폰 미사용자와 사용자가 구분되게 설문내용에 차이를 두고 조사하면 좋을 듯싶다.

위와 같은 연구결과 스마트폰은 앞으로도 발전 가능성을 크게 갖고 있으며 사용자들도 이제는 스마트폰이 없으면 허전하다는 느낌이 들만큼 일상생활에 빠져서는 안 되는 하나의 요소로 자리 잡았다. 예전에는 핸드폰으로 음성통화나 게임, 알람 등의 역할 정도였다면 지금은 인터넷과 함께

생활의 실시간 정보를 알 수 있는 하나의 매개체로 비중이 많이 커져 사용자의 수는 계속 급증할 것이다. 또한 설문결과의 사용자들은 직장에서 유용하게 사용한 것보다는 개인적인 일상에 있어서 스마트폰이 유용하다고 하였기에 직장에서의 사용이 조금은 미약하지만 앞으로 활용도는 더욱 커질듯하다.

이제는 스마트폰이 사용단계에서 더 나아가 이용의도보다는 만족도 관련 요소를 연구분석 하거나, 보완문제, 스마트폰의 외형, 스마트폰의 OS, 지역적, 구체적인 조사인원 및 조사 환경을 확정지어 연구 분석함으로써 보다 폭 넓은 의미의 연구결과로 개인 및 단체에도 영향을 미칠 수 있을 것이다.



【참고문헌】

1. 국내문헌

권기덕, 임태윤, 최우석, 박성배, 오동현, [스마트폰이 열어가는 미래], 『CEO 인포메이션』, 삼성경제연구소, 741, 2010.02, pp.1-22.

김경규, 류성렬, 김문오, 김효진, [모바일 웹 브라우징 서비스의 사용 의도에 영향을 미치는 요인 : 자기효능감과 사회적 영향], 『Journal of Information Technology Application & Management』, 16(1), 2009, pp.149-168.

김영훈, [스마트폰의 수용단계에 대한 혁신저항에 관한 연구], 건국대학교, 석사학위 논문, 2011.02

김수연, 이상훈, 황현석, [스마트폰 수용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구], 『Entrue Journal of Information Technology』 Vol.10 No.1, 2011.01, pp.29-39.

김태문, 한진수, [인터넷 여행상품의 고객구매의도에 관한 연구 - 확장된 기술수용모델을 중심으로-], 『관광연구』 24(1), 2009, pp.185-204.

박인곤, 신동희, [스마트폰 이용자들의 이용과 충족, 의존도, 수용자 혁신성이 스마트폰 이용만족에 미치는 영향에 관한 연구], 『언론과학연구』, 10(4), 2010.12., pp.192-225

박진표, 김재영, [모바일 광고의 수용자 반응에 관한 연구 : TAM(기술수용모델)을 중심으로], 『옥외광고학연구』, 7(4), 2010, pp.71-103.

배재권, 정민화. 2008, [스마트폰의 기능적 속성이 채택 결정요인에 미치는 영향], 『e-비즈니스연구』, 9(4), pp.337-361.

보도자료, [스마트가입자천만시대자료], 방송통신위원회, 2011.03.24.

손승혜, 최윤정, 황하성, [기술수용모델을 이용한 초기 이용자들의 스마트폰

- 채택 행동 연구], 『韓國言論學報』, 55(2), 2011.04, pp.227-251.
- 이은아, 김은정, 정재진, 김태석, [개인의 특성이 온라인 게임 포털 사이트에 대한 태도에 미치는 영향에 관한 분석], 『Journal of Korea Multimedia Society』, 12(4), 2009.1, pp.583-590.
- 조진수, [사용자 운영체제에 따른 스마트폰 이용의도의 차이에 관한 연구 : 기술수용모델(TAM)을 중심으로], 고려대학교, 석사학위논문, 2010.12.
- 진찬현, 여현철, [소셜 미디어의 수용결정요인에 대한 연구-자기효능감, 자기표현, 사회문화적 영향을 중심으로-], 『산업경제연구』, 24(3), 2011.03, pp.1295-1321.
- 함유근, 안준모, 이석준, [확장된 기술수용모델에 따른 그룹웨어의 사용의도에 영향을 미치는 요인], 『Journal of Information Technology Application & Management』, 2006, pp.89-107.



2. 국외문헌

Bandura, A., "Self-efficacy: The exercise of control", *New York* : W. H. Freeman., 1997.

Chen,J.V., Yen, D.C. and Chen, K., "The acceptance and diffusion of the innovative smart phone use: A case study of a delivery service company in logistics", *Information & Management* 46(6), 2009, pp.241-248.

Davis, F.D., "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology". *MIS Quarterly* 13(3), 1989, pp.319-340.

_____, "A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems theory and results", *Doctorial Dissertation* : Sloan School of Management, MIT, 1986.

_____, Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.R., "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Model", *Management Science*, 35(8), 1989, pp.982-1003.

kenneth C. Laudon and Jane P. Laudon, *Management Information System 10th Edition*, Person, 2007, p.323.

López-Nicolás, C. Molina-Castillo, F.J. and Bouwman, H., "An assessment of advanced mobile services acceptance: Contributions from TAM and diffusion theory models", *Information & Management*, 45(6), 2008, pp.359-364.

Rogers, E. M., "Diffusion of Innovations", *New York* : The Free Press, 1983.

- Verkasalo, H., López-Nicolás, C., Molina-Castillo, F.J. and Bouwman, H., "Analysis of users and non-users of smartphone applications", *Telematics and Informatics*, 27(3), 2010, pp.242-255.
- Venkatesh, V., Brown, S. A., "A longitudinal investigation of personal computers in homes : Adoption determinants and emerging challenges", *MIS Quarterly Vol. 25 No. 1*, 2001, pp.71-102.



설문지

먼저, 본 조사의 내용은 통계법 제8조에 의거하여, 비밀이 보장되며, 통계목적 이외에는 절대 사용하지 않습니다.

안녕하십니까? 저는 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원에서 컨버전스컨설팅을 전공하는 학생입니다. 본 설문지는 제 석사학위 논문인 “스마트폰 사용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구” 관한 설문조사입니다.

본 설문지는 현재 전 세계적으로 빠르게 보급되며 사용자들의 커뮤니케이션 형태를 변화시키고 있는 중요한 디지털 커뮤니케이션 매체로 부상하고 있는 스마트폰을 사용하는 사용자들의 증가의 요인을 연구하기 위한 목적으로 작성되었습니다.

응답해 주시는 모든 내용은 연구 목적 이외의 다른 목적으로는 절대 사용되지 않을 것이며, 컴퓨터로 통계 처리되기 때문에, 특정 개인이나 특정기업에 절대로 노출되지 않습니다. 따라서 응답을 하신 개인이나 소속기업의 어떠한 불이익도 없을 것을 약속드립니다.

통계분석의 데이터에 대한 문의는 아래의 연락처로 연락주시기 바라며, 바쁘시더라도 가급적 진솔한 응답을 통해서 효과적인 연구가 진행될 수 있도록 협조 부탁드립니다.

감사합니다.

먼저 바쁘신 중에도 귀중한 시간을 내시어 설문에 응해 주신데 대해 깊이 감사드립니다.

기 간 : 2011년 05월 ~ 2011년 8월

소 속 : 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

학 과 : 지식서비스&컨설팅학과

전 공 : 컨버전스컨설팅

지도교수 : 한성대학교 유연우 교수

연 구 자 : 석사과정 오윤숙

이 메 일 : oys605@gmail.com

■ 조사개요

1. 귀하의 성별은?

①남자 ②여자

2. 귀하의 연령은? 연령대에 해당하시면 체크해주세요.

①10대 ②20대 ③30대 ④40대 ⑤50대 ⑥60대이상

3. 귀하의 직업은? 직업에 해당되시면 체크해주세요.

①중고등학생 ②대학(원)생 ③회사원 ④자영업 ⑤공무원/교직

⑥Other:()

4. 귀하의 휴대폰 사용경험 (스마트폰 포함) 기간은?

①1년 이하 ②1~3년 ③4~6년 ④7~10년 ⑤10년 이상

5. 귀하의 통신회사는?

①SKT ②KT ③LG ④Other:()

6. 귀하의 평균 휴대폰 통신 비용은?

①3만원 이하 ②3~5만원 ③6~8만원 ④9~10만원 ⑤10만원 이상

7. 스마트폰을 사용하고 있다면 사용기종은? 스마트폰 미 사용자는 희망
사용기종을 체크하십시오.

①애플 아이폰 ②삼성 갤럭시 ③삼성 옴니아 ④LG 옵티머스 ⑤팬택
베가

⑥Other: ()

8. 귀하의 스마트폰 사용경험은?

①없음 ②1년 이내 ③1~2년 ④2~3년 ⑤3년이상

9-1. 스마트폰을 하루에 몇시간 정도 사용하십니까? 스마트폰 사용경험이
있는 분들은 답해주세요.

①1시간 미만 ②1~2시간 ③3~4시간 ④5~6시간 ⑤7~8시간 ⑥9~10시간
⑦10시간 초과

9-2. 스마트폰을 주당 몇일 정도 사용하십니까? 스마트폰 사용경험이 있는
분들은 답해주세요.

①주 1일 ②주 2일 ③주 3일 ④주 4일 ⑤주 5일 ⑥주 6일 ⑦매일

- 스마트폰이 개인에게 도움을 주는 영향을 알아보는 설문입니다. (스마트폰 사용자만 스마트폰을 사용할 경우라는 가정 혹은 스마트폰에 대한 개인 의견을 표시해주시길 바랍니다. 14번은 현재 핸드폰으로 주로 이용하는 기능을 표기 해 주십시오.)

● 지각된유용성

10. 스마트폰 사용이 업무나 개인적으로 도움을 주는 영향에 관한 설문입니다.	매우 부정	부정	보통	긍정	매우 긍정
10-1. 스마트폰의 이용이 업무를 보다 효율적으로 수행할 수 있게 한다.					
10-2. 스마트폰의 이용이 내 업무 수행 능력을 향상시킨다.					
10-3. 스마트폰이 내 업무에 적합하다.					
10-4. 스마트폰이 내 생활에 유용하다.					

● 자기효능감

11. 스마트폰 사용에 관한 개인의 평가정보를 알아보는 설문입니다.	매우 부정	부정	보통	긍정	매우 긍정
11-1. 스마트폰을 배우는 것은 쉽다.					
11-2. 스마트폰이 내가 하고 싶은 일을 쉽게 하게 해준다.					
11-3. 스마트폰을 활용하는 방법은 이해하기 쉽고 분명하다.					
11-4. 나는 스마트폰을 기술적으로 잘 활용한다.					
11-5. 나는 새로운 기술이나 매체에 대한 최신 정보를 찾는데 관심이 있다.					

● 지각된 유희성

12. 스마트폰 사용이 개인에게 주는 유희성을 알아보는 설문입니다.	매우 부정	부정	보통	긍정	매우 긍정
12-1. 스마트폰을 사용하는 것은 재미있다.					
12-2. 스마트폰을 사용하면 시간을 보내기 좋다.					
12-3. 스마트폰의 사용은 나에게 즐거움을 준다.					
12-4. 스마트폰을 사용하는 것은 호기심을 충족시켜 준다.					

● 사회적 영향

13. 스마트폰 사용이 타인이나 사회로부터 받는 영향을 알아보는 설문입니다.	매우 부정	부정	보통	긍정	매우 긍정
13-1. 스마트폰을 사용하지 않으면 다른 사람들과 대화할 수 없다.					
13-2. 주변 사람들이 다수 스마트폰을 사용하고 있다.					
13-3. 주변 사람들이 나에게 스마트폰을 사용하도록 권한다.					
13-4. 스마트폰을 쓰는 것은 시대적 흐름이라고 생각한다.					

● 기능적 요소

14. 스마트폰의 기능적 요소를 잘 이용하고 있는지 알아보는 설문입니다.	전혀 이용하지 않는다	가끔 이용한다	보통 이용한다	자주 이용한다	매우 자주 이용한다
14-1. 음성통화를 한다.					
14-2. 문자 메시지를 이용한다.					
14-3. 이메일/트위터를 이용한다.					
14-4. 사진/동영상 촬영을 이용한다.					
14-5. 정보습득(날씨, 교통, 뉴스)을 이용한다.					
14-6. 편의기능(모닝콜, 계산, 알람)을 이용한다.					
14-7. 음악, 영화/비디오/TV 등을 이용한다.					
14-8. 게임을 한다.					

● 이용의도

15. 스마트폰 이용의도에 대해 알아보는 설문입니다.	매우 부정	부정	보통	긍정	매우 긍정
15-1. 나는 앞으로도 계속 스마트폰을 이용하게 될 것이다.					
15-2. 나는 앞으로 더 자주 스마트폰의 다양한 기능을 이용할 것이다.					
15-3. 나는 스마트폰 사용이 좋은 선택이라 생각이 된다.					
15-4. 스마트폰을 사거나 이용하는데 비용 부담이 적을 것이다.					

귀중한 시간을 내시어 설문에 응해 주신데 대해 깊이 감사드립니다.

ABSTRACT

An Study on Affecting Factors of Smartphone

Oh, Yun-suk

Major in Convergence Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service Consulting

Hansung University

The purpose of this research is to explain the factors of using smart-phone. This research using technology acceptance model(TAM).

The external variables including Self-efficacy, Social effect, and function elements have different levels of influences on behavioral belief in acceptance process : while Self-efficacy have the strongest impact, social effect, and function elements have limited impact. behavioral belief including perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment all strongly influenced directly and indirectly on behavioral intention to accept and continue the use of smartphone. Among them also affect the perceived enjoyment of the use impact found that a lot. In the future, Rather than the satisfaction of the use of smartphones and other research-related factors by analyzing the findings to a broader meaning to individuals and groups will be affected.