



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](#)

석사학위논문

특허정보 온라인서비스의 품질특성이
고객만족과 지속사용의도에 미치는 영향



한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

황 윤 정

석 사 학 위 논 문
지도교수 최승욱

특허정보 온라인서비스의 품질특성이 고객만족과 지속사용의도에 미치는 영향

The Effect of Quality of Patent Information
Online Service on Customer Satisfaction and
Continuous Intension to Use



HANSUNG
UNIVERSITY

2019년 6월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

황 윤 정

석사학위논문
지도교수 최승욱

특허정보 온라인서비스의 품질특성이 고객만족과 지속사용의도에 미치는 영향

The Effect of Quality of Patent Information
Online Service on Customer Satisfaction and
Continuous Intension to Use

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2019년 6월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

황 윤 정

황윤정의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2019년 6월 일



심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

특허정보 온라인서비스의 품질특성이 고객만족과 지속사용의도에 미치는 영향

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스 마 트 융 합 컨 설 팅 학 과

스 마 트 융 합 컨 설 팅 전 공

황 윤 정

본 연구는 특허정보 온라인서비스의 품질특성이 고객만족과 지속사용의도에 미치는 영향에 관한 연구이다. 특허정보는 특허권을 획득하기 위한 특허출원 과정에서 발생하는 정보로 새로운 기술에 대한 기술정보 문서라는 기능뿐만 아니라, 출원인에게 그 기술에 대한 권리를 부여하는 법적 문서라는 기능도 포함되어 있다. 이러한 특허정보는 기업 및 국가의 R&D 활동에 있어 중요한 역할을 하는데 특히, 4차 산업혁명시대의 등장과 함께 특허의 가치와 기술경영에 대한 관심과 중요성이 더욱 높아지면서 그 활용범위 역시 다양한 분야로 확대되고 있다. 이렇듯 특허정보의 활용범위가 다양해지고 서비스 활용 수준이 높아지면 특허정보 온라인서비스의 품질에 대한 요구 수준 역시 높아지고 있다. 그러나 특허정보를 제공하는 기업의 입장에서는 자원의 한계로 인해 모든 비즈니스 프로세스와 모든 고객을 만족시키기에는 많은 어려움이 따르고 있다. 따라서 본 연구에서는 특허정보 온라인서비스의 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질의 하위 요인들을 세분화하여 고객들의 만족도와 지속

사용의도에 영향을 주는 주요 요인들을 도출함으로써 좀 더 구체적이고 객관적으로 고객 니즈를 파악하여 빠르게 변하는 환경 변화에 유연하게 대응하고 여러 품질요인들 중 어떤 품질요인이 고객만족과 지속사용의도에 직·간접적으로 영향을 미치는지를 파악함으로써 기업이 고객의 만족도를 높이고 시장의 치열한 경쟁으로부터 고객의 이탈을 방지하고 경쟁력을 확보하기 위한 효율적인 전략을 수립할 수 있도록 하는 것에 목적이 있다.

키워드 : 특허정보, 온라인서비스, 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질, 고객만족, 지속사용의도



목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 배경 및 목적	1
1.1.1 연구의 배경	1
1.1.2 연구의 목적	3
1.2 연구의 방법 및 구성	4
II. 이론적 배경	6
2.1 지식재산권의 정의	6
2.1.1 산업재산권	7
2.1.2 저작권	9
2.1.3 신지식재산권	12
2.2 특허정보의 이해	12
2.2.1 특허정보의 정의	13
2.2.2 특허정보의 특징	14
2.2.3 특허정보의 구성	15
2.2.4 특허정보서비스 산업	16
2.3 서비스품질	18
2.4 데이터품질	20
2.5 시스템품질	22
2.6 고객만족과 지속사용의도	24
2.6.1 고객만족	24
2.6.2 지속사용의도	25
2.7 선행 연구모형 고찰	26
III. 연구설계	28
3.1 연구모형	28
3.2 연구가설	29
3.3 변수의 조작적 정의 및 설문구성	30

3.3.1 변수의 조작적 정의	3
3.3.2 설문 구성	32
IV. 연구결과	34
4.1 자료 조사 방법	34
4.2 표본의 특성	35
4.3 기술통계분석	36
4.4 타당성 및 신뢰도 분석	8
4.5 상관관계 분석	48
4.6 가설검증	50
4.6.1 특허정보 품질특성과 고객만족과의 관계에 대한 가설검증	50
4.6.2 특허정보 품질특성과 지속사용의도와와의 관계에 대한 가설검증	55
4.6.3 고객만족과 지속사용의도의 관계에 대한 가설검증	46
4.7 가설검증결과 요약	6
V. 결 론	68
5.1 연구결과 요약	68
5.2. 이론적 및 실무적 시사점	6
5.3. 연구의 한계 및 향후 연구과제	7
참 고 문 헌	71
부 록	78
ABSTRACT	83

표 목 차

[표 2-1] 저작권법의 보호를 받는 저작물	01
[표 2-2] 신지식재산권 종류	21
[표 2-3] 특허·실용 출원 서류 구성	31
[표 2-4] 서비스품질의 이론적 배경	02
[표 2-5] 데이터품질의 이론적 배경	22
[표 2-6] 시스템품질의 이론적 배경	42
[표 3-1] 연구가설	9
[표 3-2] 설문구성	3
[표 4-1] 표본의 인구 통계적 특성	53
[표 4-2] 개별 측정변수 기술통계량 분석 결과	7 3
[표 4-3] 독립변수 요인분석과 신뢰도 분석 결과	0 4
[표 4-4] 종속변수 요인분석과 신뢰도 분석 결과	2 4
[표 4-5] 상관관계 분석	74
[표 4-6] 모형요약	5
[표 4-7] 분산분석	5
[표 4-8] 계수	5
[표 4-9] 다중회귀분석 결과 계수	25
[표 4-10] 모형요약	3
[표 4-11] 분산분석	3
[표 4-12] 계수	4
[표 4-13] 다중회귀분석 결과 계수	45
[표 4-14] 모형요약	5
[표 4-15] 분산분석	5
[표 4-16] 계수	5
[표 4-17] 다중회귀분석 결과 계수	65
[표 4-18] 모형요약	8
[표 4-19] 분산분석	8

[표 4-20] 계수	8
[표 4-21] 다중회귀분석 결과 계수	95
[표 4-22] 모형요약	6
[표 4-23] 분산분석	6
[표 4-24] 계수	6
[표 4-25] 다중회귀분석 결과 계수	16
[표 4-26] 모형요약	26
[표 4-27] 분산분석	36
[표 4-28] 계수	8
[표 4-29] 다중회귀분석 결과 계수	36
[표 4-30] 모형요약	46
[표 4-31] 분산분석	36
[표 4-32] 계수	8
[표 4-33] 단순회귀분석 결과 계수	56
[표 4-34] 가설검증결과 요약	66

그림 목 차

[그림 1-1] KIPRISPlus 서비스 통계 정보	2
[그림 1-2] 논문의 구성	5
[그림 2-1] 지식재산권의 분류	7
[그림 2-2] 특허공보의 특성	61
[그림 2-3] 특허정보서비스 산업 범위	71
[그림 2-4] 선행연구모형-1	72
[그림 2-5] 선행연구모형-2	72
[그림 3-1] 연구모형	82
[그림 4-1] 수정된 연구모형	34



I. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

1.1.1 연구의 배경

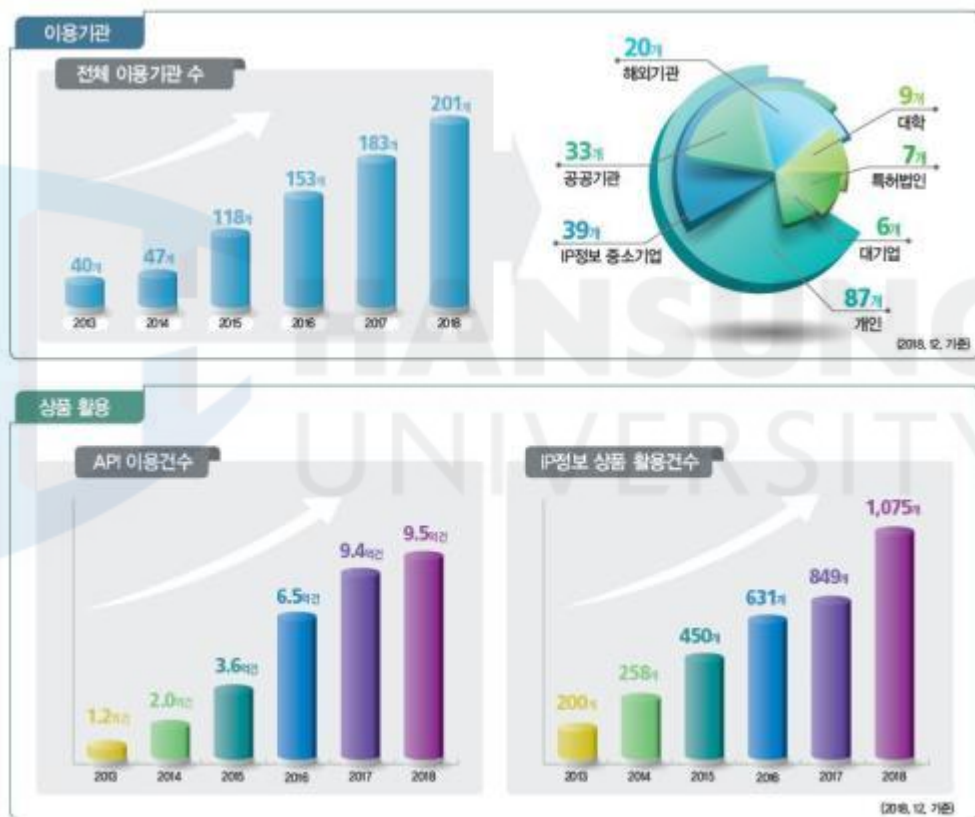
최근 4차 산업혁명시대의 시작과 함께 기술경영에 대한 관심과 중요성이 더욱 더 높아지고 있다. 특히 인공지능, 빅데이터, IoT, 3D프린터, 지능형 로봇 등 4차 산업혁명시대의 핵심 분야에 대한 신기술 개발을 통해 해당 분야에 대한 시장 선점을 위한 국가 간의 경쟁도 치열해 지고 있으며 권리 확보를 위한 특허출원도 증가하고 있는 추세이다. 특히, 기술간 융합을 통해 기업의 사업영역이나 산업 간 경계를 허물어 비즈니스 환경에 변화를 가져올 수 있다는 기술의 특징 때문에 특허정보 활용의 중요성도 함께 높아지고 있다.

특허는 신기술 연구와 제품개발의 결과물로 경쟁사의 시장 진입을 전략적으로 차단하고 사업화를 통한 수익 창출과 자사의 사업을 보호하기 위한 수단으로 활용되어 왔다. 하지만 최근에는 기업이 보유한 특허를 바탕으로 IP기반의 라이선싱 및 로열티 수입확보, 특허권 거래, IP금융 등 경제적 가치 창출을 위한 비즈니스 도구로서의 활용으로 그 범위가 확대되고 있다.

또한 특허의 가치가 증가하고 이를 기반으로 한 비즈니스의 중요성이 강조되면서 산업재산권 데이터의 활용이 과거 선행기술 검색 및 조회에서 IP관리, IP평가, IP금융, IP거래 등 다양한 서비스 모델로 넓어지고 있다. 특히, 특허정보는 산업재산권 데이터를 활용하는 서비스 모델에 있어 근간이 되는 데이터로 활용되고 있다. 여기에 국내외적으로 산업재산권에 대한 공공 데이터 개방이 활발해지면서 다양한 형태의 정보 제공 플랫폼을 통해 데이터가 보급됨에 따라 이제 산업재산권 데이터는 공공재가 되었다. 국내의 경우를 살펴보면, 기업에서는 내부 시스템을 보유하지 않아도 KIPRISPlus, LOD 정보 제공 서비스 등을 통해 필요한 특허정보를 활용하여 다양한 비즈니스를 개발할 수

있게 되었다. 여기에 공공 데이터의 무료 보급대상이 점차 증가하고 있고, 데이터 판매 수수료는 낮아져 초기 데이터 구입에 대한 비용적인 부담이 감소하면서 후발주자들의 시장진입 장벽이 낮아지고 있다. 아래 [그림 1-1]은 한국특허정보원(Korea Institute of Patent Information)¹⁾에서 제공하고 있는 산업재산권 데이터 보급 플랫폼인 KIPRISPlus의 서비스 통계정보 현황으로 보는 바와 같이 데이터 이용현황은 매년 급증하고 있는 추세이다.

[그림 1-1] KIPRISPlus 서비스 통계 정보



출처 : 2019 KIPRISPlus Brochure

또한 각 국 특허청 및 포털에서 제공하는 무료 특허정보 온라인서비스의 수준이 고도화되고 있어 특허정보를 이용하는 사용자들의 정보 활용기회가

1) 특허청 산하 종합 특허기술정보 서비스 전문기관. 위키백과.

다양해지고 있으며, 유료 서비스에 대한 요구수준 또한 높아지고 있을 뿐만 아니라, 기존 검색 및 조회의 수준을 넘어 수집된 특허정보에 대한 통계·분석 기능을 통해 즉시 활용 가능한 2차 가공정보 제공과 4차 산업혁명의 핵심기술인 인공지능, 빅데이터 기술을 활용한 새로운 서비스 개발이 활발해지면서 특허정보에 대한 품질의 중요성이 강조되고 있다.

하지만, 기업에서는 특허정보의 품질 향상 활동이 당장 재무적 이익과 연결되지 않을 것이라는 인식 때문에 품질관리에 대한 집중적인 투자가 이루어지지 않고 있다. 이는 수 억 건에 달하는 특허정보의 데이터 품질 및 대용량 데이터를 운영하는 시스템 품질 등을 고도화하고 개선하기 위해서는 막대한 투자비용이 발생하기 때문이다. 특허정보를 이용하는 고객을 대상으로 설문을 진행하는 경우에도 품질 관점의 설문보다 제공 콘텐츠에 대한 만족도 위주로 설문이 진행되고 있어 특허정보의 품질에 대한 고객의 요구 수준을 파악하는데 한계가 있다.

여기에 IT기술의 발전과 저렴한 비용으로 데이터를 확보할 수 있는 환경의 변화로 후발기업들의 시장 진입 장벽이 낮아지고 있어 특허정보 서비스 시장이 다양화 되고 있다. 이에 특허정보 서비스의 양적인 증가뿐만 아니라 질적인 수준을 높이기 위해 품질관점의 비즈니스 전략이 필요한 시점이 되었다.

1.1.2 연구의 목적

특허정보의 활용범위가 다양해지고 서비스 활용 수준이 높아지면서 품질에 대한 요구 수준 역시 높아지고 있다. 그러나 특허정보를 제공하는 기업의 입장에서는 자원의 한계로 인해 모든 비즈니스 프로세스 고객의 요구수준을 만족시키기에 어려움이 따른다. 따라서 기업에서는 한정된 자원을 좀 더 효율적으로 배분하여 고객만족을 높이기 위한 전략이 필요하다. 이를 위해 기업은 좀 더 구체적이고 객관적인 고객만족 조사를 통해 고객이 어떤 품질요소를 중요시하는지 파악하여, 기업의 비즈니스 전략과 고객의 기대치와의 차이를 분석하여 고객 니즈의 변화를 파악함으로써 고객 및 시장의 변화에 대한 유

연한 대응을 준비해야 한다.

기존의 선행연구에서는 품질의 요인을 서비스품질이라는 단일 관점에서 접근하거나 서비스품질, 시스템품질, 정보품질의 광범위한 범위에서 접근하여 고객만족도 및 지속사용의도에 대한 영향관계를 연구하여 왔으나, 각 품질 범주에 대한 세부적인 요소들에 대해서 접근 한 사례는 많지 않다.

이에 본 연구에서는 품질특성을 좀 더 세분화하여 고객들의 특허정보 온라인서비스에 대한 만족도와 지속사용의도에 영향을 주는 주요 요인들을 도출하여 특허정보 서비스 기업이 비즈니스 경쟁력을 확보하는데 중요한 요소들이 무엇인지를 확인하고자 한다.

본 연구의 구체적인 목적을 살펴보면 다음 2가지로 정리할 수 있다.

첫째, 품질의 특성이 특허정보 온라인서비스의 고객만족과 지속사용의도에 미치는 영향을 통계분석 결과를 통해 객관적으로 입증하고자 한다.

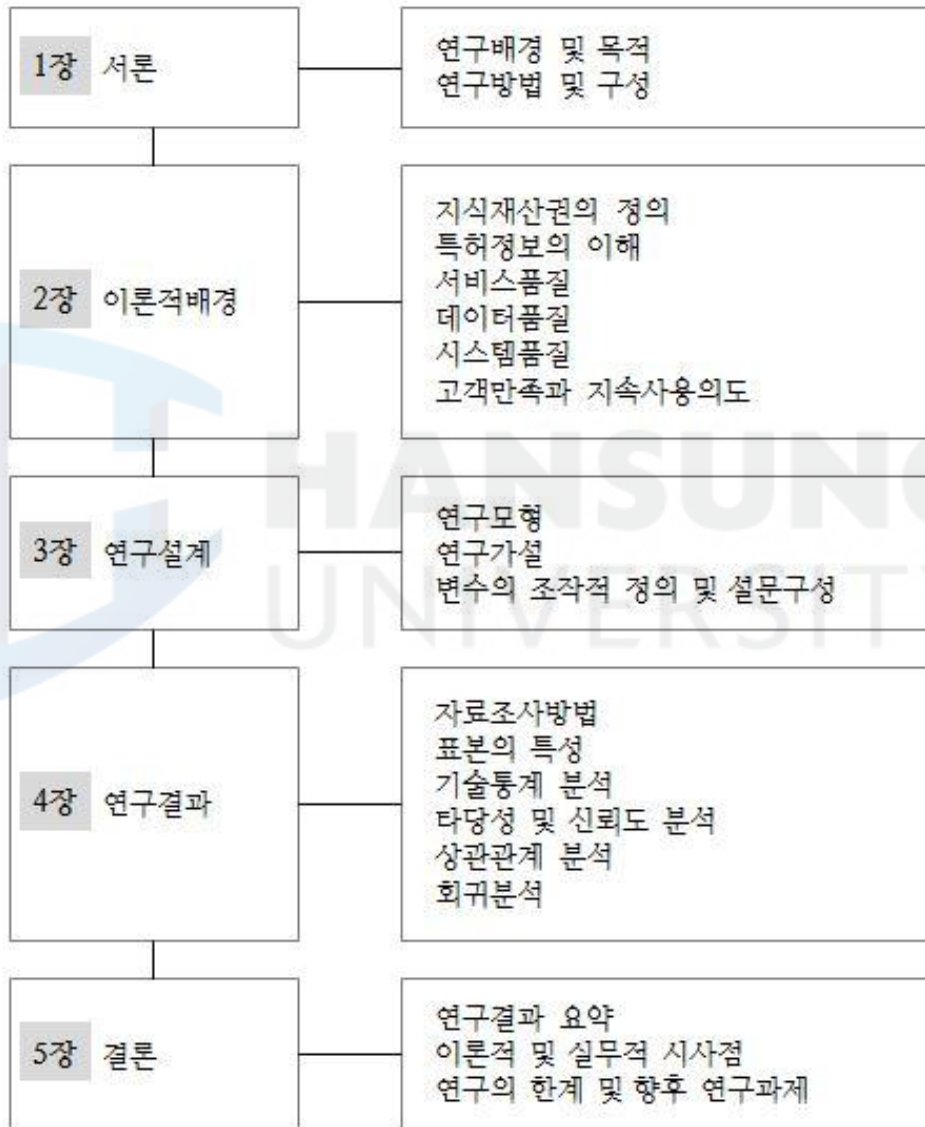
둘째, 여러 품질요인들 중 어떤 품질요인이 고객만족과 지속사용의도에 직접·간접적으로 영향을 미치는지 파악하여 기업이 고객의 만족도를 높이고 시장의 치열한 경쟁으로부터 고객의 이탈을 방지하기 위한 효율적인 전략 수립에 도움을 주고자 한다.

1.2 연구의 방법 및 구성

본 연구는 특허정보 온라인서비스의 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질과 고객만족, 지속사용의도 간의 관계를 연구하기 위한 것으로 특허정보 온라인서비스와 각 품질특성의 선행연구에 대한 이론을 탐구하고, 특허정보 온라인서비스 이용 경험을 통한 고객의 의견을 반영하기 위해 실제 특허정보 온라인서비스를 이용하는 서비스 고객을 대상으로 한 설문조사로부터 회수된 총 186부의 설문결과에 대해 실증분석을 진행하였다. 설문의 구성은 총 13개의 변수와 인구통계 항목을 포함하여 총 48개 설문 문항으로 구성하였으며 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질에 관한 설문항목 31개 문항, 고객만족, 지속사용의도에 관한 설문항목 12개 문항 그리고 인구통계 항목 6개 문항으로 설문을 진행하였다.

회수된 설문조사는 자료는 SPSS 23을 사용하여 빈도분석, 기술통계량 분석, 요인분석, 신뢰도분석, 상관관계분석, 회귀분석 등을 실시하였다.
본 연구는 [그림 1-2]와 같이 총 5장으로 구성하고자 한다.

[그림 1-2] 논문의 구성



II. 이론적 배경

2.1 지식재산권의 정의

지식재산이란 인간의 창조적 활동 또는 경험 등에 의하여 창출되거나 발견된 지식·정보·기술, 사상이나 감정의 표현, 영업이나 물건의 표시, 생물의 품종이나 유전자원 그밖에 무형적인 것으로서 재산적 가치가 실현될 수 있는 것²⁾을 말한다. 지식재산권이란 법령 또는 조약 등에 따라 인정되거나 보호되는 지식재산에 관한 권리를 말하는 것으로서 산업재산권, 저작권, 신지식재산권을 포괄하는 무형적 권리를 뜻³⁾한다.

지식재산권이 필요한 이유는 기업의 목표가 최소 비용으로 최대 이윤을 창출하는 것이기 때문이다. 따라서 기업은 시장에서의 경쟁력 강화를 위해 신기술을 특허로 출원해 권리를 획득하여 독점 배타권을 얻고, 그 특허권을 무기로 하여 경쟁관계에 있는 타 기업을 누르고 시장에서 절대적으로 유리한 고지를 점령할 수 있다. 또한 소비자와의 신뢰를 향상 시키고 기술판매를 통해 로열티에 대한 수입도 가능하게 된다. 또한 자신의 발명이나 개발한 기술에 대해 적시에 출원하여 권리화하여 다른 사람과의 분쟁을 미리 예방하고, 다른사람이 자신의 권리를 무단으로 사용 할 경우 적극적 대응하는 것으로 법적 보호를 받을 수 있게 된다. 그리고 막대한 기술개발 투자비를 회수할 수 있는 확실한 수단이며 확보된 권리를 바탕으로 타인과의 분쟁 없이 추가 응용 기술개발이 가능하며 최근에는 정부의 각종 정책 자금 및 세제지원 혜택까지 받을 수 있게 되어, 기업의 경쟁력 확보에 유용하다(특허청, 2008).

지식재산권은 아래 [그림 2-1]에서 보는바와 같이 산업재산권, 저작권, 신지식재산권으로 분류 한다. 그 중 산업재산권은 실제 산업 발전을 위해 권리가 보호되는 것으로 특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권이 있으며 우리가 가장 많이 접할 수 있는 분야이다.

2) 지식재산기본법 § 31

3) 지식재산권의 순쉬운 이용. KIPO.

[그림 2-1] 지식재산권의 분류



기존 이론을 토대로 연구자가 재구성

2.1.1 산업재산권

“산업재산권”이란, ‘특허법’, ‘실용신안법’, ‘디자인보호법’ 또는 ‘상표법’에 따라 등록된 특허권, 실용신안권, 디자인권 및 상표권을 말한다(발명진흥법 제2조 4).

산업재산권은 신규 발명 또는 고안에 대해 그 창작자에게는 일정기간 독점적 배타권을 부여하는 대신 제 3자에게 공개된 새로운 기술을 이용할 수 있는 기회를 부여하는 제도로 산업발전을 위해 법적으로 보호되는 권리이다. 특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권은 특허청에 출원 후 등록을 받으면서 그 권리를 확보하게 된다. 산업재산권의 목표는 신기술의 개발자에 대한 독점적 권리를 보호하면서 기술의 진보와 산업 발전을 추구하는데 있다.

2.1.1.1 특허권

특허권이란, 작가는 특허법에 의해 발명을 독점 이용할 수 있다는 권리를

의미하고 넓은 의미로는 특허법·실용신안법·디자인법·상표법에 의하여 발명·실용신안·디자인·상표를 독점적으로 이용할 수 있는 권리를 말한다. 다만, 상표의 경우는 지정상품에 한하고 있다. 즉, 넓은 의미에서 특허권이란 실용신안권·디자인권·상표권을 모두 포함하여 사용된다.

특허를 받을 수 있는 요건은 산업적으로 이용할 수 있는 자연의 법칙을 이용한 기술적 사상의 고도의 창작으로써, 특허출원 전에 국내 또는 국외에서 공지되었거나 공연히 실시된 것이 아닌, 그리고 국내·외에 반포된 간행물에 기재된 것이 아니어야 받을 수 있다(특허법 제29조). 그러나 공공의 질서 또는 선량한 풍속에 어긋나거나 공중의 위생을 해칠 우려가 있는 발명에 대해서는 특허법 제29조 1항에도 불구하고 특허를 받을 수 없다(특허법 제32조).

특허를 받을 수 있는 사람은 발명을 한 사람 또는 그 승계인은 특허법에서 정하는 바에 따라 특허를 받을 수 있는 권리를 가지나, 특허청 직원 및 특허심판원 직원은 상속이나 유증의 경우를 제외하고는 재직 중 특허를 받을 수 없으며 2명 이상이 공동으로 발명한 경우에는 특허를 받을 수 있는 권리를 공유한다(특허법 제33조)

특허를 받으려고 하는 사람은 특허 출원서를 특허청장에게 제출하여야 한다(특허법 제42조). 그리고 동일 발명에 대해서는 우선 출원한 자만이 특허를 받을 수 있으며, 같은 날 둘 이상의 출원이 있을 때에는 출원인의 협의에 의해 그 중 1의 출원만 특허하며, 만약 협의가 이루어지지 않거나 이루어질 수 없으면 어느 출원도 특허를 받을 수 없다(특허법 제36조). 특허권은 일정 기간까지만 보호받을 수 있는데 특허권의 존속기간은 특허권을 설정등록한 날로부터 특허출원일 후 20년이 되는 날까지로 한다(특허법 제88조).

특허권자는 물건의 특허발명에 있어서 그 물건을 생산·사용·양도·대여·수입 및 전시하는 권리를 독점하게 되고, 방법의 발명일 경우 그 방법을 사용하는 권리를 독점하며, 물건을 생산하는 방법의 발명인 경우에는 그 방법에 의하여 생산한 물건을 사용·양도·대여·수입 또는 전시하는 권리를 독점한다(특허법 제100조). 연구 또는 시험을 위한 특허발명의 실시 또는 특허출원 당시부터 국내에 있었던 물건 등에 대해서는 특허권 효력이 미치지 못한다(특허법 제96조). 특허출원 당시 그 특허의 출원된 발명 내용을 알지 못하고 국내에서 그

발명을 이용한 사업을 실시하고 있던 자 등은 계속해서 그 사업을 할 수 있다(특허법 제103조).

특허권자는 그 권리를 양도할 수 있다(특허법 제99조). 또한 타인에게 전용실시권 또는 통상실시권을 허락할 수 있다(특허법 제100조, 특허법 제102조). 특허권자는 상기와 같이 권리를 갖는 반면, 국내에서 성실하게 발명을 실시할 의무를 가지고 특허발명을 실시하려는 자는 특허권자가 특허권 설정 후 3년 이상 국내에서 발명을 실시하지 않으면 특허권자 또는 전용실시권자에 대해 통상실시권 허락에 대한 협의를 청구할 수 있고, 만약 협의 성립이 되지 않거나 협의를 할 수 없을 때에는 특허청장에게 재정 청구를 할 수 있다(특허법 제107조).

2.1.2 저작권

저작권이란, 소설, 시, 미술, 영화, 음악 등과 같이 ‘저작물’에 대한 권리를 창작자가 가지는 것을 의미한다. 저작권은 창작물이 어떻게 활용되는가에 따라 여러 가지 형태의 권리를 가질 수 있는데, 예를 들어 웹툰 작가가 웹툰을 창작하여 원고 그대로를 출판하거나 배포 할 경우 복제·배포권을 가질 수 있고, 그 웹툰을 영화 등 다른 형태로 저작 가능한 2차 저작물 작성권을 가질 수 있다. 또한 연극과 같이 공연할 수 있는 공연권, 드라마와 같이 방송할 수 있는 방송권 등이 여러 유형의 저작권에 해당 된다. 이렇게 여러 유형의 권리 전체를 저작권이라고 하며, 이런 저작권은 저작재산권과 저작인격권으로 나눌 수 있다.

저작권은 지식재산권과 마찬가지로 일정 기간 그 권리가 보호되는데, 특허권이 출원일 기준 최대 20년간 보호를 받는데 비하여, 저작권은 생존기간 및 사후 70년 동안 그 권리가 보호 된다는 점에서 큰 차이가 있다. 특히, 제정 당시 사후 30년이었던 보호기간은 2011년 19차 개정 시 보호기간이 70년으로 연장 되어 저작권의 보호가 더욱 강화된 것을 알 수 있다. 산업재산권이 기술의 진보 그리고 기술을 통한 산업발전을 그 목적으로 한다면 저작권은 저작물에 대한 공정한 이용을 통해 문화와 관련 산업의 발전을 목적으로 한

다. 다른 사람의 저작물을 이용하기 위해서는 우선 저작물이 우리나라에서 보호받는 저작물인지, 외국의 저작물의 경우 고나련된 조약 등에 따라 보호받는 저작물인지 등을 확인을 거친 후 저작권으로 보호를 받고 있는 경우 저작권자와의 교섭을 통해 저작물 이용의 허락을 받거나 저작재산권을 양수 받아 이용할 수 있다. 또한 배타적발행권이나 출판권을 설정하여, 저작물을 이용할 수 있다.

저작물이 모두 저작권법에 의해 보호되는 것은 아니다. 저작물에 창작성이 있어야만 보호를 받을 수 있다. 저작권법에서 정의하는 창작성이란 남의 것을 그냥 베낀 것이 아니라 작가가 독자적인 사상을 담거나 감정의 표현을 담고 있는 것을 의미하는데 그렇다고 하여 수준 높은 창작성을 요구하는 것은 아니다. 저작권법으로 보호되는 저작물들은 아래 [표 2-1]과 같다.

[표 2-1] 저작권법의 보호를 받는 저작물⁴⁾

대상	내용
어문저작물	단순하게 잡지나 서적 및 팜플릿 등만이 여기에 해당되는 것이 아니라, 문자화된 저작물과 연술 등과 같은 구술적인 저작물이 모두 여기에 포함된다. 일반적으로는 카탈로그 또는 계약서 서식 등은 저작물로 인정되지 않지만, 표현 방법이 독창적인 경우는 저작물로 인정될 수도 있다.
음악저작물	음악저작물은 가요, 클래식, 팝송 등 음악에 속하는 모든 저작물을 말한다. 여기에는 악곡 외에 언어로 표현되는 오페라, 뮤지컬 등도 모두 포함된다. 즉흥음악처럼 악곡이나 가사가 고정되어 있지 않은 것들도 독창성이 있다면 음악저작물로 보호를 받을 수 있다.
연극저작물	연극저작물에는 연극, 무용, 무언극 처럼 인간의 사상이나 감정 등을 신체 동작으로 표현한 것은 모두 포함된다. 연극이나 무용 그 자체가 하나의 실연이므로 저작인접권 보호대상에 속하는 반면 무보(舞譜) 등은 연극저작물로 보호된다.
미술저작물	미술저작물은 형상 또는 색채에 따라 미적으로 표현된 것을 의미하며, 회화, 공예, 서예, 조각 응용미술저작물 등이 포함된다. 자칫 미술작품과 같은 저작물 경우 그 저작물을 소유하는 사람이 모든 저작권을 행사할 수 있다고 생각하기 쉽지만 이는 잘못된 생각이다. 즉, 미술작품 소유권과 저작권은 구별되어야 한다.

4) 경기저작권센터 웹사이트. <http://www.ayventure.net>

대상	내용
건축저작물	건축저작물은 건축물을 건축하기 위한 설계도와 모형 및 건축된 건축물을 모두 포함한다. 하지만 일반적인 형태의 건물이나 공장 등은 건축저작물에 포함되지 않으며, 사회통념상 미적인 가치가 있다고 인정되는 것만 저작권으로 보호된다.
사진저작물	사진저작물은 단순히 기계적 방법을 통하여 피사체를 다시 재현 시킨 것이 아니라 사진작가의 사상이나 감정을 창작적으로 표현한 사진으로써 독창적이면서 미적 요소를 갖춘 것이어야 한다. 하지만 인물사진의 경우 초상권과 경합하여 일부 권리가 제한된다.
영상저작물	영상저작물은 음의 수반 여부와 상관없이 연속적 영상이 수록된 창작물로서, 기계 또는 전자장치에 의해 재생하거나 볼 수 있는 것을 말한다. 통상적으로 영화, 드라마 등이 모두 이 범주에 포함된다.
도형저작물	도형저작물은 지도, 약도, 도표 모형 그 밖의 도형에 의해 표현되는 저작물로서, 지도처럼 강과 같은 지형이나 도로와 같은 지물을 사실 그대로 정해진 표현 방법에 따라 표현하는 경우처럼 소재의 선택 또는 표현 방법등에 있어서 작성자의 창작성이 발휘될 여지가 적은 경우가 많기 때문에 보호가 미치는 범위가 다른 저작물에 비해 좁다.
컴퓨터프로그램 저작물	컴퓨터프로그램은 특정 결과를 얻기 위해 컴퓨터 등의 정보처리능력을 가진 장치 내에서 직·간접적으로 사용되는 일련의 지시나 명령으로 표현되는 창작물을 의미한다. 저작권법은 컴퓨터프로그램저작물의 보호에 대해서 별도의 법으로 정하도록 했다가, 제17차 개정(2009년)에 의해 저작권법으로 일관되게 보호하게 되었다. 하지만, 컴퓨터프로그램의 특수성을 고려해 저작권재산권 제한 규정 등에 대해서는 일부 특례 규정을 두고 있다.
2차적 저작물	2차적저작물은 기존의 원 저작물을 번역, 각색, 편곡, 변형, 영상제작 그 밖에 방법으로 작성한 창작물을 뜻한다(제5조). 예를 들어, 소설을 영화로 만든 경우에 그 영화는 2차적 저작물이 되고, 외국 소설을 한국어로 번역하는 경우 그 번역물은 2차적 저작물이 된다.
편집저작물	편집저작물은 편집물으로써 그 소재나 구성 부분에 대한 저작물성 여부와 관계없이 소재의 선택이나 배열에 창작성이 있는 저작물을 의미한다. 이 경우, 편집물에는 논문, 도형, 수치, 기타 자료의 집합물로서 이를 정보처리장치를 통해 검색할 수 있도록 체계적으로 구성한 것(데이터베이스)을 포함한다(제6조). 편집저작물의 대표적인 예는 백과사전이나 명시선집 등을 들 수 있다.

2.1.3 신지식재산권

신지식재산권이란, 첨단기술과 정보기술의 급속한 발달에 따라 기존 지식재산권으로 보호하기 어려운 새로운 기술들이 등장하면서 “신지식재산권”이라 개념이 등장하였다. 이는 전통적인 산업재산권과 저작권으로 보호하기 어렵고 그 경계가 모호한 지식재산권을 의미한다. 예를 들어, 반도체설계, 컴퓨터프로그램, 화학분야, 캐릭터 등이 여기에 속한다. 컴퓨터프로그램 보호법 등의 시행을 통해 신지식재산권을 보호하고 있다. 신지식재산권은 아래 [표2-2]와 같이 크게 4가지로 분류 된다.

[표 2-2] 신지식재산권 종류

대상	내용
산업저작권	기존보다 넓은 범위의 새로운 보호 객체의 제작 또는 투자노력을 보호하기 위한 신지식재산권이다. 즉, 컴퓨터 프로그램, 데이터베이스, 디지털콘텐츠, 인공지능 등 산업적 측면의 저작물에 대한 권리를 의미한다.
첨단산업재산권	반도체 배치설계, 생명공학, 인공지능 인터넷 사업방법에 대한 권리로 첨단산업으로 개발된 새로운 대상에 대한 가치를 보호하기 위한 신지식재산권이다.
정보재산권	영업비밀, 멀티미디어 등에 대한 저작물에 관한 권리를 보호하기 위한 것으로 정보산업이 발전함에 따라 새롭게 요구되어 지고 있는 신지식재산권을 의미한다.
기타	산업저작권, 첨단산업재산권, 정보재산권의 유형으로 보기 어려운 유형으로 캐릭터, 프렌차이징, 퍼블리시티권 등도 신지식재산권으로 포함하기도 한다.

기존 이론을 토대로 연구자가 재구성

신지식재산권은 그 종류가 다양하며 대상별로 “컴퓨터프로그램 보호법”, “반도체 배치설계법”, “식물신품종보호법”, “부정경쟁방법” 등으로 보호받고 있다.

2.2 특허정보의 이해

2.2.1 특허정보의 정의

특허란 발명자가 연구하고 개발한 기존에 없었던 새로운 신기술사상을 공개하고 대신 그에 대한 대가로써 독점적 실시를 특별하게 인정해주는 취지에서 출발한 제도이다. 특허정보는 특허를 출원과정에서 발생하는 모든 문서상 그리고 행정상 정보를 의미하며, 일반적으로 1차 특허청 공보 정보, 2차 색인 정보, 3차 초록, 분류정보로 구분하며, 서지 정보와 기술적 정보로도 구분할 수 있다. 이러한 특허문헌의 정보들은 기업이 R&D 방향을 분석하고 향후 전략을 수립할 수 있도록 해준다. 특허 출원 서류의 구성은 아래 [표 2-3]과 같다.

[표 2-3] 특허·실용 출원 서류 구성

서류		내용
출원서		출원인, 대리인, 발명자, 발명(고안)의 명칭 등
명세서	발명의 설명	지식경제부령에서 정하는 방법을 준수하여 명확하고 자세하게 발명의 내용을 기재
	청구범위	특허발명의 보호대상 범위
도면		필요 경우 기술구성에 대하여 도면을 통해 발명을 명확하게 표현
요약서		발명의 내용을 요약하여 정리(기술정보로써 활용)

기존 이론을 토대로 연구자가 재구성

최근 지식재산권의 확보가 기업 및 국가의 중요한 경쟁력으로 작용하면서 특허정보에 대한 관심과 활용이 높아졌고, 매년 특허출원 건수도 증가하고 있는 상황이다. 이러한 시장의 변화에 부흥하기 위해서는 기존의 1차 정보 위주의 정보 제공뿐만 아니라 심판정보, 권리변동 정보 등 법률적 정보 등의 부가정보 제공의 필요성이 커지고 있다.

특히 특허정보는 그 원천데이터가 정형화 되어 있지 않고, 시기별·국가별·대상별 다양한 유형으로 배포되는 것이 특징인데, 전 세계 특허정보를 이용한 다양한 서비스를 위해서는 항목별 특성에 맞춰 표준화되고 정제된 고품질의

데이터가 요구 되고 있다.

2.2.2 특허정보의 특징

특허정보는 특허권을 획득하기 위한 특허출원 과정에서 발생하는 문서상·행정상의 정보로 새로운 과학기술 정보를 제공한다는 기술정보적인 기능과 함께 출원인에 대한 재산권을 부여하는 법적인 문서라는 기능을 함께 가지고 있다⁵⁾. 따라서 일반적인 학술정보나 기술정보와는 다른 권리적 기능을 갖고 있는 정보라는 측면에서 다른 정보와는 차별성이 있는 정보라고 할 수 있다. 이런 특허정보의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

첫 번째 특허정보의 특징은 발명의 장려·보호라는 측면에서 발명의 대가로 부여되는 독점적인 권리정보를 가지고 있다는 점이다. 주로 특허출원 이후의 출원인 정보 및 출원인의 권리사항과 발명에 대한 상세 설명 등을 일반인에게 공개하여 특허권자의 독점 실시권 범위를 정하는데 이러한 권리정보는 특허법에서 규정하는 법적 및 경제적 성격이 강하다.

두 번째 특허정보의 특징은 기술정보로서의 특징을 가진다는 것이다. 특허정보는 공보 형태로 발간되어 일반에게 공개되어 이를 통해 문헌적 이용과 연구적 이용에 활용이 되고 기업이나 연구소의 신기술 개발과 산업발전에 이바지 한다. 공보는 시기별로 발행 형태가 변화되어 왔는데 1990년대 이전까지는 책자로 발간되었던 것이 CD-ROM 형태의 디지털 문서로 발행이 되었고, 전자출원이 도입 된 이후 현재까지 FTP 및 API 서비스 형태로 보급되고 있다. 특허정보는 신기술에 대한 정보를 문헌을 통해 권리화 하는 정보이기 때문에 과거의 기술이 아닌 현재 또는 미래의 기술개발 정보를 제공한다. 그러므로 신기술 개발 및 기존 기술 고도화 등을 위한 아이디어 도출 및 응용, 기술 동향조사 및 기술예측 등 이용가치가 매우 높다고 할 수 있다.

세 번째, 특허정보의 특징은 표준화된 형식의 문헌정보라는 것이다. 특허출원 과정의 모든 제출 정보는 세계지적재산기구(WIPO, World Intellectual Property Organization)에서 지정하는 표준 서식을 따르기 때문에 표준화된

5) 과학기술자를 위한 특허정보핸드북

문헌으로 기술정보가 작성된다. 특히, 서지정보의 각 항목에는 INID(Internationally agreed Numbers for the Identification of bibliographicData)코드를 부여함으로써, 코드정보를 통해 전 세계적으로 해당 정보가 어떤 항목인지 파악할 수 있어 언어가 다르더라도 정보를 활용함에 있어 큰 편리성을 제공한다. 또한 국제특허분류(IPC, International Patent Classification 또는 CPC, Cooperative Patent Classification)는 전 세계적으로 통일된 기준의 기술 분류 코드로 국내·외 특허정보의 기술 분야를 보다 효과적이고 효율적으로 검색 할 수 있다. 이처럼 특허정보는 표준화된 형태의 문서로 되어 있기 때문에 일반 학술논문 및 기술정보들과 달리 전세계 특허정보를 활용하여 다양한 관점에서의 검색, 분석, 통계 등의 이용이 가능하다. 따라서 특정 국가에 한정된 것이 아닌 전 세계적인 기술에 대한 인사이트가 가능하게 된다.

네 번째로 특허정보는 활용 가능한 기술정보로 실제 산업에서 응용할 수 있다는 특징을 가지고 있다. 특허 출원한 발명의 특허권 획득을 위해서는 국내에 공지되었거나 공언히 실시된 발명 및 국내·외에서 발행된 간행물 등에 게재되었거나 대통령령이 정하고 있는 전기통신회선을 통해 공중이 이용가능하게 된 발명을 요건으로 하고 있다(특허법 제29조). 일반적으로 학술문헌의 경우는 실험결과를 다루고 있고, 연구논문은 이론과 검증을 제시하지만, 특허정보는 실제적인 문제해결에 집중하며 산업화를 염두에 두고 접근하기 때문에 산업발전과 함께 기업경쟁력에 직결되는 기술정보로서의 가치를 가지고 있다.⁶⁾

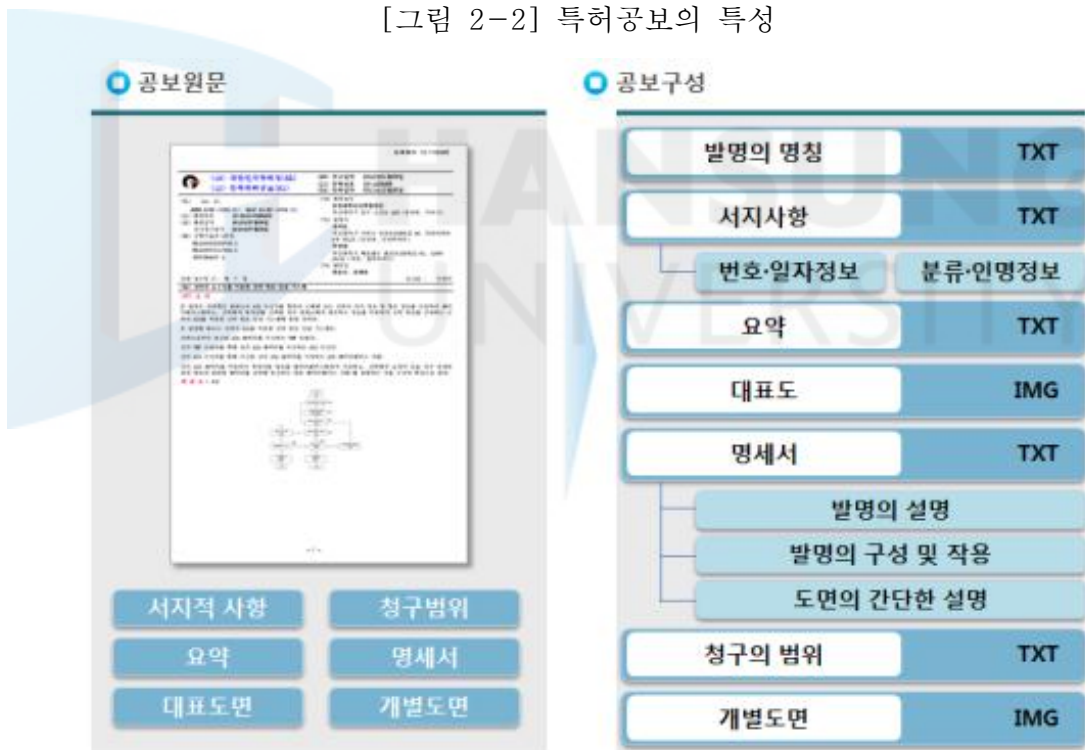
2.2.3 특허정보의 구성

특허정보는 각 국의 특허청에서 공보데이터로 보급하고 있는데, 이는 데이터를 가공하여 비즈니스 또는 연구 활동에 활용할 수 있도록 구조화된 형식의 데이터로 보급 되고 있다. 기술의 변화에 따라 텍스트 형태로 제공되던 특허정보는 SGML(Standard Generalized Markup Language) 형태를 거쳐

6) 김홍균. (2001). “특허정보의 특성”. 『고분자 과학과 기술』, 15(6), pp.744-749.

2005년 이후부터는 국제표준에 맞춘 XML(Extensible Markup Language) 형태로 발행되고 있다. 국제지식재산권기구(WIPO)에서는 국제표준을 지정하여 국가별로 달랐던 데이터 표준에 국제적 표준양식을 적용함으로써 특허정보의 활용성을 강화하고 있다. 공보는 등록 및 공개된 특허·실용의 서지적 사항, 발명의 요지 및 권리별 청구항 그리고 발명의 상세한 내용과 도면으로 구성되어 있으며, 텍스트 기반의 데이터베이스와 PDF 기반의 원문, 이미지 형태의 도면이 데이터 셋으로 구성되어 관리 및 보급되고 있다. 이렇게 구성된 공보데이터는 주로 관계형 데이터베이스 형태로 구축되어 통계·분석·조사 등에 활용되는 2차 가공정보와 함께 특허정보를 활용하는 사용자에게 다양한 목적의 서비스로 제공된다. 공보원문과 공보의 구성은 아래 [그림 2-2]와 같다.

[그림 2-2] 특허공보의 특성



기존 이론을 토대로 연구자가 재구성

2.2.4 특허정보 서비스 산업

특허정보서비스 산업은 특허정보를 원천의 정보로 활용하는 서비스 산업을 의미하는데 이는 좁은 의미로는 관련 정보를 수집하고 축적하여, 가공 및 분석함으로써 가치 있는 정보를 창출해 내는 산업을 의미하고, 넓은 의미로는 지식자산의 가치 증대를 담당하는 모든 산업을 의미하고 있다. ‘산업재산권 정보의 보급 및 활용 촉진 방안’ 연구에서는 ‘지식재산정보서비스산업’이라는 표현을 통해 특허정보서비스 산업의 범위를 아래 [그림 2-3]과 같이 설명하고 있다.⁷⁾

[그림 2-3] 특허정보서비스 산업 범위



출처 : 한국발명진흥회 기술과 가치, 2007.

특허정보 서비스는 크게 온라인서비스와 오프라인서비스로 분류하여 볼 수 있다. 온라인 서비스의 경우 특허정보를 데이터화하고 이를 웹이나 시스템 등의 온라인을 통해 제공하는 서비스이고, 오프라인 서비스의 경우 특허정보 분석을 통한 기술동향·경쟁사동향·권리분석·기술산업분석·특허분쟁전략수립·특허평가·기술사업화지원 등의 기술경영컨설팅, 사업화하려는 기술이나 사업화된 기술에 대한 경제적 가치를 측정하는 기술가치평가, 번역서비스, 분야별 데이터베이스 구축 서비스 등이 포함된다고 할 수 있다. 각 서비스에 대한 좀 더 구체적인 내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 특허정보 온라인서비스는 공보로 발행되는 데이터를 관계형데이터베

7) 특허정보서비스 시장분석 보고서, 2007. 한국데이터베이스진흥원.

이므로 구축하여 웹사이트를 통해 특허정보를 검색하거나, 그 결과를 활용 목적에 따라 다양한 통계·분석정보로 활용할 수 있는 기능을 제공하고 있다. 특허정보 온라인서비스는 IT기술이 발달하고 IP의 가치가 높아짐에 따라 그 활용범위가 넓어졌다. 과거 공개·등록 공보가 책자로 발행되어 특허청에서 직접 책자를 찾아 선행기술을 확인하였고, 이후 CD-ROM으로 된 디지털 데이터가 보급되면서 특허정보 온라인 서비스가 가능하게 되었다. 초기 검색·조회 중심의 서비스에서 수집된 특허정보에 대한 통계·분석 기능을 통해 즉시 활용 가능한 2차 가공정보를 제공하기 시작하였고, 최근에는 4차 산업혁명의 핵심 기술인 빅데이터와 인공지능의 발달로 특허정보 서비스에도 인공지능 기술을 적용한 서비스 제공이 확대되고 있다. KIPO(한국특허청), USPTO(미국특허청), JPO(일본특허청), EPO(유럽특허청), SIPO(중국특허청) 등 각 국 특허청에서는 특허정보검색 위주의 서비스를 무료로 제공하고 있고, 민간기업에서는 기업 자체적으로 구축한 다양한 가공데이터와 활용 중심의 서비스 기능을 제공하고 있으며 지속적인 품질관리와 콘텐츠 확대 및 신규 기능 개발을 통해 사용자에게 유료 서비스를 제공하고 있다.

둘째, 특허정보 오프라인 서비스는 온라인 서비스의 발전으로 그 서비스 영역이 확대되었다. 초기 특허정보가 검색·조회 중심의 온라인서비스를 제공하던 시기에는 검색결과 데이터를 다운로드하고, 분석하여 가공하는데 많은 시간이 소요되었으나, 온라인서비스를 통해 대용량 데이터 다운로드, 통계, 분석 기능이 제공되고 패밀리정보, 인용분석정보, 출원인대표명화 등 가공데이터가 제공되면서 특허정보를 활용한 기술경영컨설팅, 기술가치평가 등이 가능하게 되면서 새로운 분야의 전문영역이 확대되게 되었다.

4차 산업혁명시대 지식재산이 혁신성장의 토대로써 그 가치가 높아지면서 그 중 특히 국가와 기업의 R&D에 밀접한 관계가 있는 산업재산권 정보의 출원량이 매년 높은 비율로 증가하고 있고 특허정보에 대한 사용자의 품질 요구수준이 높아지고 있다.

2.3 서비스품질

서비스품질은 정보시스템의 전반적인 서비스에 대한 품질을 의미하는 것이 아니라 정보시스템 부서의 지원과 유사한 개념이라고 정의하고 있으며, 정보시스템 부서의 서비스로는 서비스를 사용하는 고객에 대한 지원, 교육, 정보시스템 부서의 태도, 정보기술 제공, 문제해결 등이 있다고 할 수 있다(Baroudi&Orlikowski, 1988). 서비스품질은 제품과는 달리 서비스가 갖는 무형성, 이질성, 비분리성, 및 설명성의 본질적 특성 때문에 품질의 객관적 측정이 어려운데 이로 인해 서비스 품질은 소비자의 태도에 대한 형태로 측정되거나 지각된 위험의 회피를 위해 주관적 판단에 의해 평가 된다. 이와 관련하여 특히 서비스와 같이 무형적 요소가 지배적일수록 소비자의 입장에 서야한다고 주장하는 의견도 있다(Shostack, 1977).

서비스품질의 개념을 서비스의 우수성과 관련한 전반적인 판단이나 태도로 정의하고, 서비스 품질은 기대와 수행의 비교를 통해 결정한다고 한다(Parasurman&Zeithaml&Berry, 1988). 또한 정보시스템에 대한 서비스 시스템 구성요소인 서비스 컨셉에 의해 조성된 장비와 시설, 제공정보, 지원요인이 사용자 지각의 서비스품질을 창출하는 자원이 될 수 있다고 주장하였다(엄홍섭과 전영일, 2000). 정보시스템 서비스품질과 기업의 품질 성과와의 관련성을 감리 분야에 적용한 사례에서는 다른 분야와 마찬가지로 정보시스템 서비스품질은 사용자 중심의 만족경험을 제공할 수 있어야만 품질결과로 이어질 수 있다고 주장하였다(김소정&남기찬, 2008).

서비스 품질을 고객이 제공받은 서비스가 고객의 기대와 얼마나 일치하는가의 척도로, 고객의 기대와 일치하도록 일관성 있게 서비스하는 것으로 정의하기도 한다(Lewis&Booms, 1983). 서비스품질은 기술적 품질과 기능적 품질이라는 두 개의 서비스 요소에 대한 고객의 평가로 이루어지는데, 기술적 품질이란 고객이 서비스 조직과의 상호작용을 통해 제공 받은 최종 제공물에 대한 객관적인 측정을 의미하며, 기능적 품질이란 고객이 서비스를 어떻게 제공 받았는지에 대한 주관적 측정을 의미한다(Gronroos, 1984). 서비스품질에 대한 연구결과를 정리하면 [표 2-4]와 같다.

[표 2-4] 서비스품질의 이론적 배경

저자	내용
Baroudi, Orlikowski (1988)	서비스품질은 정보시스템 부서의 교육, 지원, 정보시스템 부서 태도, 정보기술의 제공 등과 개념이 유사하다
Shostack (1977)	서비스처럼 무형의 요소의 지배성이 커질수록 소비자의 입장에서야 한다
Parasurman, Zeithaml, Berry (1988)	서비스품을 우수성과 관련하여 전반적 판단과 태도로 정의하며 기대와 수행에 대한 비교를 통해 결정한다
염홍섭, 전영일 (2000)	정보시스템 구성요소인 장비, 제공정보, 자원요인, 시설이 서비스품질 창출의 자원이 될 수 있다고 주장
김소정, 남기찬 (2008)	서비스품질은 사용자 중심 만족 경험의 제공을 통해 품질결과로 이어질 수 있다
Lewis, Booms (1983)	고객의 기대와 일치하도록 일관성 있게 서비스하는 것을 서비스품질이라고 정의 한다
Gronroos (1984)	서비스품을 기술적품질과 기능적품질로 나누어 평가할 수 있다

2.4 데이터품질

정보는 수신자에게 의미가 있는 형태로 처리된 자료로써 현재 또는 미래의 행위나 의사결정에 실제적인 또는 지각된 가치를 가지고 있는 것이라고 정의하였다(Davis&Olson, 1985). 정보품을 정확성, 적시성, 관련성, 통합 및 형태의 5가지로 규정하고 정보가치에 대해 다양하게 활용하여 정보품질 측정방법으로 결합하였다(Ahituv, 1980). 정보의 질은 정보시스템으로부터 산출된 산출물의 적시성, 정확성, 관련성, 정밀성, 효율성, 일치성, 이해가능성 등에 초점을 맞춘다고 하였다(Bailey&Pearson, 1983). 정보품을 정기적으로 측정하고 있는 기업 사례가 많이 보고되지 않던 시절 정보품질은 정보시스템에 의해 산출된 출력물의 가치와 유용성 또는 상대적 중요도에 초점을 맞추고 정보시스템의 성공 척도를 평가하는 6가지 영역들을 정리함에 있어 정보의 품질을 정보시스템의 성공 척도 중의 하나의 영역으로 제시하기도 하였다(DeLone&McLean, 1992). 정보의 품질을 ‘사용상의 적합성’이라고 정의하고

있는데 기업이 정보를 활용함에 있어 어떤 특정한 용도에 적합하기 위해서는 정보의 내용상 정확성 뿐만 아니라 사용상 표현에서도 적합해야 한다고 정의하고 있다(Giri, 1988). 정보의 품질을 이용상의 적합성이라고 표현하며 기업이 정보를 활용함에 있어 어떤 특정한 용도에 적합하기 위해서는 정보 내용의 정확성 뿐만 아니라 이용상의 표현에서도 적합해야 한다고 정의하고 있다(Goodhue, 1995).

정보의 품질을 ‘정보시스템에 의해 표현되는 정보와 현실 세계에 존재하는 동일한 정보사이의 일치도’라고 정의하기도 하였다(Orr, 1998). 정보품질은 정보시스템에 의해 만들어진 정보의 정확성과 적시성 그리고 관련성과 연관이 있다고 주장하고 있다(Seddon, 1997). 정보품질은 제공되는 정보의 질적 수준에 따라 조직전체의 효율성에도 심각한 영향을 미치므로 정보품질의 향상에 대한 필요성과 요구가 더욱 중요한 이슈로 부각되고 있다고 주장하였다(성백춘, 2004).

또한 정보품질은 시스템 성과의 품질에 대한 측정이라기 보다 정보시스템의 출력물인 시스템이 산출해 낸 정보의 질을 평가하는 것이라는 주장도 있다(이숙영, 2003). 정보시스템의 직접적인 산출물인 정보의 품질을 측정하고 평가하는 것은 그 자체가 정보시스템의 성공척도이며 또한 시스템의 활용 및 기업의 성과에도 직접적인 영향을 미치기 때문에 매우 중요하다고 하였고, 정보시스템의 산출물인 정보의 품질이 보증되지 않으면 고객인 지식노동자의 요구에 부합할 수 없어 궁극적으로 기업의 경쟁력을 획득할 수 없다고 하면서 정보품을 강조하기도 하였다(이정우, 2003). 정보시스템의 직접적인 산출물인 정보의 품질을 측정하고 평가하는 것 그 자체가 정보시스템의 성공척도이고 시스템의 활용 및 기업의 성과에도 직접적인 영향을 미치기 때문에 매우 중요하다는 주장도 있었다(임세헌, 2003).

정보품질은 제공되는 정보의 질적 수준에 따라 조직전체의 효율성에 큰 영향을 미치기 때문에 정보품질에 대한 향상의 필요성이 더욱 중요한 이슈로 부각되고 있다고 주장하기도 하였다(손병모, 2005). 정보의 품질에 대한 연구 결과들을 정리하면 [표 2-5]와 과 같다.

[표 2-5] 데이터품질의 이론적 배경

저자	내용
Davis, Olson (1985)	정보는 수신자에게는 의미 있는 형태의 자료로써 미래 의사결정에 지각된 가치를 가지고 있는 것 이라고 정의함
Ahituv (1980)	정보품질의 정확성, 적시성, 정보특성, 관련성, 통합, 형태를 정보가치에 있어 다양하게 활용 및 결합
Bailey, Pearson (1983)	정보의 질을 정확성, 적시성, 정밀성, 관련성, 효율성, 일치성, 이해가능성 등에 초점을 맞추었음
Delone, McLean (1992)	정보품질은 사용자의 관점에서부터 이루어지는 경향이 많기 때문에 사용자 만족 중 일부분이라고 주장함
Giri (1998)	정보 품질을 ‘사용상 적합성’이라고 표현함
Goodhue (1995)	정보 품질을 ‘이용상 적합성’이라고 표현함
Orr (1998)	정보품질을 정보시스템으로부터 표현되는 정보와 현실에 존재하는 동일 정보사이에 대한 일치도로 정의함
Seddon (1997)	정보품질은 정보시스템에서 만들어진 정보에 대한 정확성, 적시성, 관련성과 연관이 있다고 주장함
성백춘 (2004)	정보품질이 정보의 질적수준에 영향을 미치기 때문에 품질향상 필요성 및 요구가 중요한 이슈로 부각되고 있다고 주장
이숙영 (2003)	정보품질은 시스템 성과 품질의 측정보다는 정보시스템 출력물인 시스템이 산출한 정보의 질에 대해 평가하는 것이라고 주장
이정우 등 (2003)	정보품질의 측정과 평가는 정보시스템에 대한 성공적도이고 기업의 성과에 있어서도 직접적 영향을 미치기 때문에 매우 중요함
임세현 (2003)	정보시스템 품질은 기업 성과에 직접적 영향을 미치므로 매우 중요한 것이라고 주장 함
손병모 (2005)	정보품질은 조직 전체의 효율성에 큰 영향을 미치기 때문에 품질향상의 필요성이 더욱 중요하다고 주장

2.5 시스템품질

시스템품질이란 정보시스템 기능의 효율적 운영을 의미한다. 또한 시스템품질

은 전통적으로 정보시스템에 대한 주요 성공요인으로 간주되어 왔으나, 그것은 공학 지향적(engineering-oriented)인 성과로써 자료의 현시성, 응답시간, 전환시간, 자료의 정확성, 신뢰성, 완전성, 시스템 유연성을 등을 포함하고 있다(박희석, 2001). 대부분의 연구에서는 시스템품질의 측정에 있어 시스템의 가용성, 신뢰성, 응답성 등을 포함한 기술적 특성을 반영하고 있다(DeLone&McLean,1992). 조남재와 노규성(1998)은 시스템 자체에 대한 품질성과를 측정시 정보시스템에서 사용하고 있는 하드웨어와 소프트웨어의 효과성과 효율성, 투여된 비용에 대해 시스템이 얼마나 가치 있게 작용하고 있는가를 판단하는 정보시스템개발 및 운용의 투자에 대한 효율성, 시스템의 고장 없이 안정성을 가지고 작동하는 컴퓨터 시스템의 신뢰도 및 주어진 명령이나 요구에 대한 반응시간, 데이터베이스의 내용과 사용자 인터페이스를 고려한 시스템의 특성, 정확성, 최신성, 상세성, 신뢰성, 유연성, 사용의 편의성, 완결성과 같은 데이터 특성에 대해서 고려되어야 한다고 하였다(반경희, 2015).

성과측정에 있어서 시스템 사용이 강제적인 경우는 사용자 만족을 측정하고, 시스템의 사용이 자발적인 경우는 이용도를 측정하는 것이 바람직하다고 정의하기도 하였다(최종민, 1993). 시스템 사용도는 정보시스템의 성공과 관련이 있는 것이 아니라, 사용자 행동과 관련이 있기 때문에 정보시스템의 성공 측정항목이 아니라고 주장하면서 정보시스템의 사용도 보다는 사용(use)으로 인한 이익 변수가 정보시스템의 성공여부와 관련이 있다고 주장함으로써 시스템 유용성의 측정변수를 제시하였다(Seddon, 1997).

DeLone과 McLean(1992)의 정보시스템 성공모형을 이용한 실증분석을 통해 시스템품질을 하나의 카테고리로 하여 주관적 평가와 객관적 평가를 포함하한 주장도 있다(McGill, 2000). 개인에게 영향을 미치고, 개인영향은 조직영향의 원인이 된다고 주장하였다. 자신들이 1992년에 제시한 정보시스템의 성공모형을 실증분석을 통하여 새로운 모형으로 제시하였다(DeLone&McLean, 2003). 성백춘은 그의 연구에서 시스템품질은 정보를 생성하는 단계로서 정보생성의 정확성, 적시성, 신뢰성 등을 구축하는데 중요한 요인으로 평가되고 있다고 주장하였다(성백춘, 2004). 시스템품질에 대한 이론적 배경을 정리하면 [표 2-6]과 같다.

[표 2-6] 시스템품질의 이론적 배경

저자	내용
박희석 (2001)	시스템품질은 자료에 대한 현시성, 신뢰성, 응답시간, 자료의 정확성, 완전성, 유연성, 전환시간을 포함함
Delone, McLean (1992)	시스템품질 측정은 가용성, 응답성, 신뢰성 등이 포함된 기술적 특성을 반영함
반경희 (2015)	시스템 자체에 대한 품질 성과측정은 시스템의 특성과 데이터의 특성을 고려해야 함
최종민 (1993)	성과 측정은 시스템의 사용 유형에 따라 사용자만족 또는 이용도를 측정해야 한다고 주장
Seddon (1997)	시스템의 사용도는 정보시스템 사용도 보다 사용으로 인한 이익 변수가 정보시스템 성공여부와 관련이 있다고 주장함
McGill 등 (2000)	시스템품질에 대해 하나의 카테고리화 하여 주관적 평가와 객관적 평가 모두를 포함한다고 주장
Delone, McLean (2003)	정보시스템의 성공모형에 대해 실증분석을 통해 신규한 모형으로 제시함
성백춘 (2004)	시스템품질은 정보생성의 정확성, 적시성, 신뢰성 등을 구축하는 중요한 요인으로 평가함

2.6 고객만족과 지속사용의도

2.6.1 고객만족

고객만족이라는 개념은 여러 선행 연구자들에 의하여 다양한 의미로 정의되었는데, 고객만족을 고객이 서비스를 받기 전에 기대하는 정도와 실제로 서비스를 경험한 후에 고객이 느끼는 경험이나 만족하는 수준이라 정의하였다(Whitener&Werner, 1998). 고객만족의 개념은 인지적 과정으로 상품이나 서비스를 구입하기 전 소비자가 가지는 기대와 구입후 사용에 따른 성과의 차이로 정의하거나 구매 과정으로 상품관련, 처리관련, 사회심리적, 구매 후 느끼는 만족의 네 가지 요인으로 나누어 정의하기도 한다(Richard, 1980: Czepiel&Larry, 1997). 고객만족의 개념은 1970년 이후 끊임없이 학계와 산

업계로부터 많은 주목을 받아왔는데, 고객만족의 개념이 학계는 물론이고 산업계에서도 중요한 이슈로 대두되고 있는 이유는 고객이 기업에 바라는 여러 가지 성과와 관련되기 때문이다(정용혜, 2006). 오늘날의 고객은 제품이나 서비스의 구매 시 그 가치와 품질을 판단하여 제품이나 서비스를 선택하게 되는데, 고객이 제품이나 서비스에 대해 어느 정도 만족하느냐는 구매 전에 가진 기대와 비교하여 그 제품이나 서비스가 어느 정도의 기능을 발휘하느냐에 즉 고객만족 수준은 제품 또는 서비스의 구매 후 성능에 대한 인식과 고객의 구매 전 기대보다 낮을수록 불만족은 커진다(Oliver, 1980).

고객만족에 대한 정의는 소비경험의 결과 관점이나 소비경험에 대한 평가의 과정의 관점에 따라 다르다(하원정, 2003). 일반적으로 고객만족이란 기업이 제공하는 상품이나 서비스에 대해 고객이 얻게 되는 만족의 정도를 말하는데 고객만족은 고객의 욕구와 기대에 최대한 부응하여 그 결과로 상품, 서비스의 재구입이 이루어지고 고객의 신뢰감을 지속하게 하는 것이다(유동수, 2004)

만족의 개념은 여러 행동과학분야에서 인간의 행동을 이해하는데 필요한 핵심요소로서 인식되어 왔는데 경제학에서는 전체 마케팅시스템의 효율성을 평가하는 개념으로서, 사회학에서는 한 사회의 복지수준을 측정하는 개념 및 조직행동론자들에게 구성원의 동기유발과 밀접한 관련성을 갖는 개념으로 사용되어 왔다(최승만, 2008). 고객만족의 개념을 고객이 기대하는 것과 고객의 욕구를 만족시킨 정도로 고객만족을 통해 제품 혹은 서비스의 재구매가 이루어지고, 고객의 신뢰감이 지속된다고 하였다(박정식, 2006).

최근에는 온라인 쇼핑몰의 비중이 증가하면서 온라인 쇼핑의 시장규모가 증가하고 있으며 이에 따라 온라인상의 고객 만족도를 실증분석하는 연구들도 증가하고 있는데 이처럼 온라인 쇼핑몰에서의 고객만족도를 특별히 'e-고객만족도' 또는 'e-satisfaction'이라고 칭하기도 한다(이효우, 2014)

일반적으로 고객이 제품이나 서비스를 사용하기 이전의 기대와 사용한 이후에 느끼게 되는 제품의 성과 사이의 지각된 불일치에 대한 고객의 평가 과정이라고 만족을 개념화할 수 있다(김국선&이종호, 2012).

2.6.2 지속사용의도

지속적 사용은 정보시스템 구현 문헌에서 구현, 통합 그리고 일상화로 다양하게 연구되어 왔다(Zmud, 1982). 많은 선행연구에서 제품의 성공여부는 제품에 대한 고객의 지속적인 이용의도에서 비롯된다고 하였는데 이 기대일치 모형이 지속적인 이용의도에 활용되고 있다(Bhattacharjee, 2001). 이를 통하여 다양한 분야의 선행 연구에서 지속적 이용의도에 대한 정의를 언급하였는데, 지속적 이용의도를 개인의 태도와 행동 간의 의도에서 중간 변수이며, 고객 개인의 주관적인 판단이라는 정의도 있다(Fishbein&Ajzen, 1975). 지속적 이용의도를 서비스를 이용한 고객이 해당 서비스를 다시 이용하고 싶은 생각이 드는 수준이라고 한다(Mcdougall&Levesque, 2000). 지속사용의도는 모바일 인터넷, 웹 포털과 같은 다양한 형태의 정보기술 서비스에 대해 연구되어 왔으며, 이용자 만족이 이용자의 사용의도에 주요한 선행요인으로 나타났다(사재훈, 2017)

지속적 이용의도를 고객이 과거에 서비스를 이용한 경험을 바탕으로 이후에 그 서비스를 지속적으로 이용할지의 여부를 미리 정한다고 정의하였다(권순동&윤숙자, 2010). 또한, 고객 스스로가 경험한 서비스를 SNS를 통하여 이용 후기를 다른 고객에게 전달하려는 의도 혹은 제품이나 서비스를 두 번 이상 지속적으로 이용하려는 정도로 지속적 이용의도를 정의하였다(최훈&최유정, 2011).

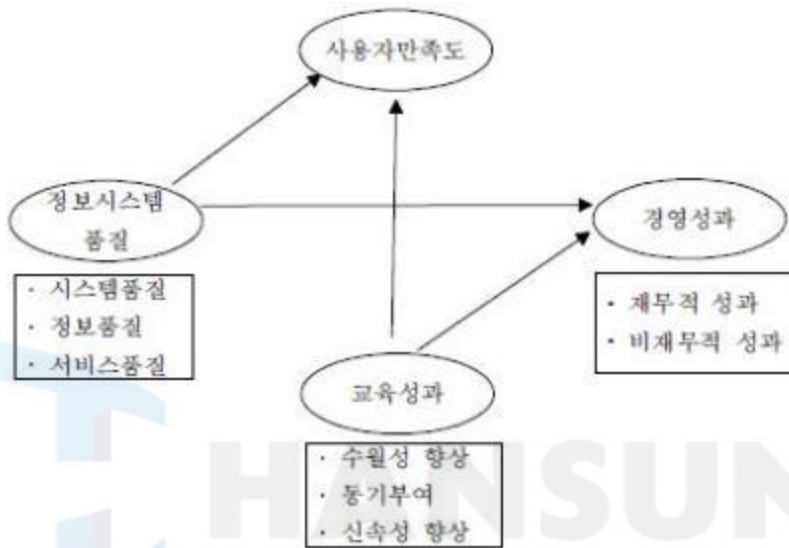
지속적 이용의도에 관한 또다른 선행연구로는 인터넷에서 경험하는 이용자의 긍정적인 느낌은 그들이 해당 사이트를 지속적으로 이용하려는 의도를 증가시킨다고 하였다(Reichheld&Schefter, 2000). 또한 경영정보 분야에서는 지속적 이용의도를 제품 혹은 서비스의 진정한 성공을 평가하는데 활용하였다(박소은 외, 2017).

2.7 선행 연구모형 고찰

본 연구는 선행연구인 “회계정보 시스템의 품질요인이 경영성과에 미치는

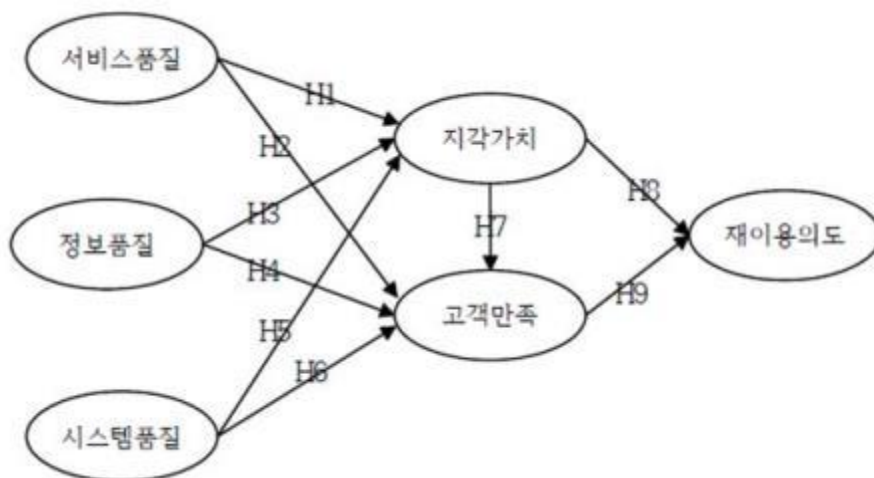
영향”(이하진, 2013)과 “부동산정보 사이트의 서비스품질, 정보품질, 시스템품질이 지각가치와 고객만족 및 재이용의도에 미치는 영향”(임채관, 2016) 연구모형을 참고하였다. 각 연구모형은 아래 [그림 2-4], [그림 2-5]와 같다.

[그림 2-4] 선행연구모형-1



출처 : 이하진, 2013.

[그림 2-5] 선행연구모형-2



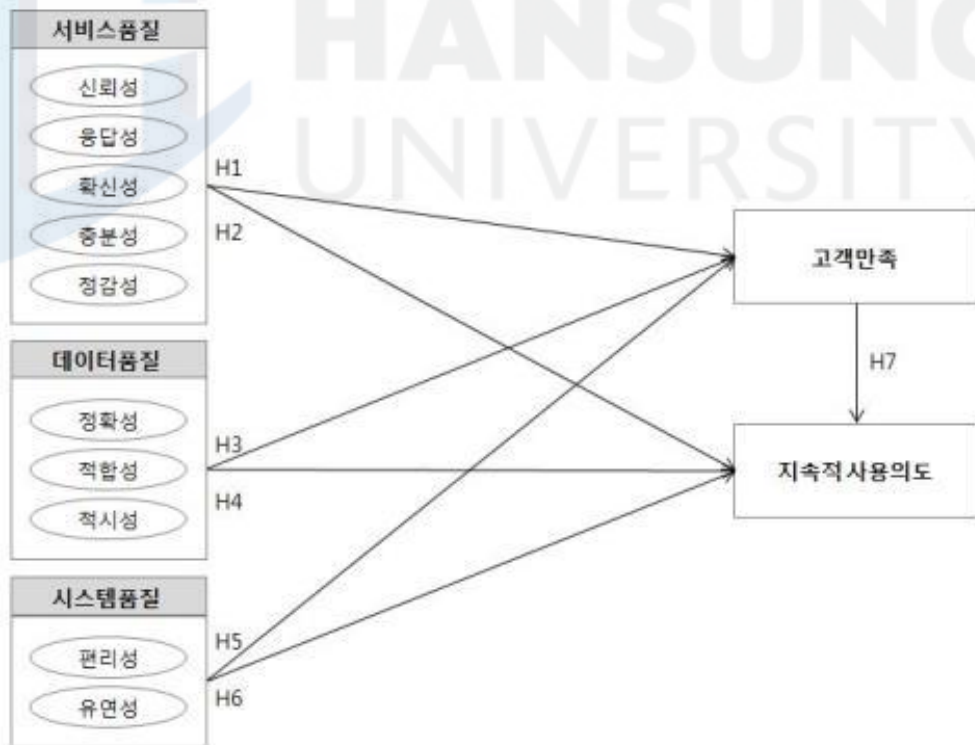
출처 : 임채관, 2016.

Ⅲ. 연구설계

3.1 연구모형

본 연구에서는 기존의 이론을 기반으로 한 선행연구를 바탕으로 특허정보 품질특성이 고객만족과 지속사용의도에 미치는 영향관계를 확인하고자 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질을 독립변수로 설정하였으며, 고객만족과 지속사용의도를 종속변수로 하는 연구 모형을 수립하였다. 또한 고객만족을 독립변수로 설정하고 지속사용의도를 종속변수로 하여 고객만족이 지속사용의도에 미치는 영향관계를 확인하고자 하였다.

[그림 3-1] 연구모형



3.2 연구가설

본 연구는 연구모형에 구성된 변수들 간의 인과관계를 파악하기 위해 선행연구를 바탕으로 연구가설을 설정하였다.

[표 3-1] 연구가설

가설	연구가설의 내용
H1	서비스품질은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-1	서비스품질의 신뢰성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-2	서비스품질의 응답성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-3	서비스품질의 확산성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-4	서비스품질의 충분성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H1-5	서비스품질의 정감성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2	데이터품질은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-1	데이터품질의 정확성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-2	데이터품질의 적합성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2-3	데이터품질의 적시성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H3	시스템품질은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H3-1	시스템품질의 편리성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설	연구가설의 내용
	을 미칠 것이다
H3-2	시스템품질의 유연성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H3-3	시스템품질의 신뢰성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4	서비스품질은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4-1	서비스품질의 신뢰성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4-2	서비스품질의 응답성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4-3	서비스품질의 확신성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4-4	서비스품질의 충분성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4-5	서비스품질의 정감성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H5	데이터품질은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H5-1	데이터품질의 정확성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H5-2	데이터품질의 적합성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H5-3	데이터품질의 적시성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H6	시스템품질은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H6-1	시스템품질의 편리성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설	연구가설의 내용
H6-2	시스템품질의 유연성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H6-3	시스템품질의 신뢰성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H7	특허정보의 고객만족은 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

3.3 변수의 조작적 정의 및 설문구성

3.3.1 변수의 조작적 정의

본 연구의 독립변수는 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질, 종속변수는 고객만족, 지속사용의도이다.

본 연구에서 채택된 측정문항은 내용 타당성의 확보를 위해 기존 선행연구들을 기본으로 특허정보에 영향을 미칠 것으로 판단되는 항목들을 선택하여 본 연구의 의도에 맞도록 적절히 조작화 하였으며, 각 변수의 정의는 아래와 같다.

서비스품질은 서비스 제공업체의 신뢰성, 응답성, 확신성, 충분성, 정감성으로 구분하여 정의 하였다. 서비스품질 측정도구로서 Parasuraman, Zeithanal&Berry(1988), Pitt 외(1995), Eldon(1997), Kappelman&Prybutok(1997), 설성진&한경훈(2003), 강지훈(2003)의 설문구성을 본 연구에 적합하도록 수정하여 구성하였으며, 총 12개 문항은 5점 리커트척도 측정을 통해 측정값의 산술평균치를 이용하였다.

데이터품질은 특허정보의 산출정보의 정확성과 적시성, 적합성으로 구분하여 정의 하였다. 데이터품질의 측정도구는 정보품질의 측정도구인 Bailey&Person(1983), Mahood&Medewitz(1985), Rivar&Huff(1985), Seddon&Kiew(1994), 강지훈(2003)의 설문지를 본 연구에 맞게 수정하고 이용하여 9

개 항목으로 구성하였으며, 각 항목을 5점 리커트 척도로 측정하여 측정값의 산술평균치를 이용하였다.

시스템품질 변수를 편리성, 유연성, 신뢰성으로 구분하여 정의하였다. 시스템품질의 측정도구로서, Bailey&Person(1983), McGill외(2000), 강지훈(2003)의 설문지를 본 연구에 맞게 수정하고 이용하여 총 9개 항목으로 구성하였으며, 각 항목을 5점 리커트 척도로 측정하여 측정값의 산술평균치를 이용하였다.

고객만족은 Semeijn(2005)이 연구에서 사용한 측정도구를 본 연구와 적합하게 수정하여 적용하였다. 본 연구의 고객만족 총 8개 문항은 5점 리커트 척도로 측정하여 측정값의 산술평균치를 이용하였고, 고객만족에 대한 본 연구에서의 조작적 정의는 고객이 서비스를 이용하며 느끼는 전반적 만족감으로 정의하였다.

지속사용의도에 대한 측정은 Wang(2007), 연지윤&주진호(2015), 항임 등(2016), Oliver(1997) 등의 연구에서 사용된 측정도구를 본 연구에 맞게 수정하여 적용하였다. 또한, 본 연구에서의 지속사용의도의 조작적 정의는 고객이 서비스를 지속적으로 사용하고자하는 의도로 하였으며, 본 연구에서의 지속사용의도 총 8개 문항은 5점 리커트 척도로 측정하여 측정값의 산술평균치를 이용하였다.

3.3.2 설문 구성

본 설문지의 구성은 13개의 변수와 인구통계 항목을 포함하여 총 48개 설문 문항으로 구성하였다. 독립변수인 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질에 관한 설문항목 31개 문항, 종속변수인 고객만족, 지속사용의도에 관한 설문항목 12개 문항 그리고 인구통계 항목 6개 문항으로 아래 [표 3-3]과 같이 설문을 구성하였다.

[표 3-2] 설문 구성

설문항목		문항수	연구자
서비스품질	신뢰성	3	Parasuraman
	응답성	2	Zeithanal&Berry(1988)
	확신성	2	Pitt 외(1995)
	충분성	3	Eldon(1997)
	정감성	2	Kappelman&Prybutok(1997) 설성진&한경훈(2003) 강지훈(2003)
데이터품질	정확성	3	Bailey& Person(1983)
	적시성	3	Mahood&Medewitz(1985)
	적합성	3	Rivar&Huff(1985) Seddon& Kiew(1994) 강지훈(2003)
시스템품질	편리성	3	Bailey&Person(1983)
	신뢰성	3	McGill외(2000)
	유연성	3	강지훈(2003)
고객만족		8	Semeijn(2005)
지속사용의도		4	Wang(2007) 연지윤&주진호(2015) 항임 등(2016) Oliver(1997)
인구통계		6	연구자
합 계			

IV. 연구결과

4.1 자료 조사 방법

본 연구에서는 특허정보 온라인서비스의 품질특성 요인이 고객만족과 지속사용의도에 미치는 영향을 연구하고자 특허정보 서비스를 이용하는 기업, 연구소, 공공기관, 특허사무소, R&D관련 종사자들을 대상으로 이메일을 통해 설문조사를 진행하였다. 설문조사를 통한 자료 수집은 2019년 5월 7일에서 2019년 5월 16일까지 10일간 실시하여 186개의 설문을 확보하였으며, 결측치 없이 유효한 표본 전체 186부를 연구에 사용하였다. 설문의 척도는 5점 리커트척도를 사용하였고, 수집 자료의 실증분석을 위하여 SPSS 23.0 통계통을 사용하여 아래와 같은 절차로 통계분석을 실시하였다.

첫째, 표본의 연령, 성별, 학력, 경력, 직무, 직책의 인구 통계학적인 특성의 빈도수와 구성 비율을 알아보고자 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 독립변수, 종속변수들의 타당성 검증을 위하여 Verimax 직각회전방법을 사용하여 탐색적 요인분석을 실시하였다.

셋째, 연구모형의 변수들에 대한 신뢰성 검증을 위하여 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha) 계수를 사용하여 신뢰성 분석을 실시하였다.

넷째, 독립변수와 종속변수 간의 관계와 가설검증을 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

다섯째, 종속변수인 고객만족과 지속사용의도 간의 관계와 가설검증을 위해 단순회귀분석을 실시하였다.

4.2 표본의 특성

응답자에 대한 인구통계학적 특성은 아래 [표4-1]과 같이 정리하였다.

총 186명의 응답자 중 남성은 102명으로 54.8%를 차지하고 있으며, 여성은 84명으로 45.2%를 차지하고 있다. 연령별로는 30세 미만이 12.9%, 30~39세가 45.7%, 40~49세가 33.3%, 50~59세가 7.5%, 60세 이상이 0.5%로 나타났다. 학력은 전문대 졸업이 1.1%, 대학교 졸업이 56.5%, 대학원 졸업이 42.5%로 나타났다. 직책은 팀원이 73.1%, 팀장이 15.1%, 부서장이 6.5%, 임원이 4.8%, 대표가 0.5%로 나타났다. 직무는 연구개발이 44.6%, 기술평가 및 사업화 컨설팅이 24.7%, 출원관리가 19.9%, 기타 10.8%로 나타났다. 경력은 1년 미만이 5.4%, 1년~5년이 30.1%, 6년~10년이 30.1%, 11년~15년이 20.4%, 16년 이상이 14.0%로 나타났다.

통계에서 나타나는 바와 같이 설문지의 집계결과를 보면 본 연구의 설문 응답자는 남성과 여성이 적정하게 분포되어 있고, 연령은 30~39세가 가장 많았으며, 학력은 대학교 졸업과 대학원 졸업이 동일한 수준으로 전체의 99%를 차지하고 있다. 직책은 팀원에 많이 치중되어 있고, 상대적으로 임원과 대표의 비중이 낮았다. 직무는 연구개발이 가장 많았으며 경력은 1년~5년과 6년~10년이 많았다.

[표 4-1] 표본의 인구 통계적 특성

[N=186]

항목		빈도(응답자수)	백분율(%)
전체		186	100
성별	남성	102	54.8
	여성	84	45.2
연령	30세 미만	24	12.9
	30~39	85	45.7

항목		빈도(응답자수)	백분율(%)
	40~49	62	33.3
	50~59	14	7.5
	60세 이상	1	0.5
학력	전문대 졸업	2	1.1
	대학교 졸업	105	56.5
	대학원 졸업	79	42.5
직책	팀원	136	73.1
	팀장	28	15.1
	부서장	12	6.5
	임원	9	4.8
	대표	1	0.5
직무	연구개발	83	44.6
	기술평가 및 사업화 컨설팅	46	24.7
	출원관리	37	19.9
	기타	20	10.8
경력	1년 미만	10	5.4
	1년~5년	56	30.1
	6년~10년	56	30.1
	11년~15년	38	20.4
	16년 이상	26	14.0

4.3 기술통계 분석

본 연구에서는 측정변수의 정규성을 분석하기 위하여 기술통계량 분석을 실시하였다. 분석을 통해 아래 표 [4-2]와 같은 결과를 얻었으며, 기술통계량 분석 결과에 대한 기준에 따라 표준편차 3이하, 왜도와 첨도의 절대 값 3이하로 측정변수들이 정규분포를 가지는 것을 확인할 수 있었다(신건권, 2013).

[표 4-2] 개별 측정변수 기술통계량 분석 결과

측정변수	N	평균	표준편차	분산	왜도	첨도
서비스신뢰성1	186	4.19	.555	.308	.049	-.128
서비스신뢰성2	186	4.16	.678	.460	-.420	.009
서비스신뢰성3	186	4.10	.620	.384	-.206	.137
서비스응답성1	186	4.42	.612	.375	-.689	.278
서비스응답성2	186	4.20	.664	.441	-.246	-.761
서비스확신성1	186	4.13	.664	.441	-.156	-.739
서비스확신성2	186	4.18	.681	.464	-.453	.008
서비스충분성1	186	4.01	.662	.438	-.345	.370
서비스충분성2	186	3.78	.748	.559	-.254	-.150
서비스충분성3	186	3.90	.714	.510	-.217	-.187
서비스정감성1	186	3.98	.632	.400	-.113	-.064
서비스정감성2	186	4.18	.654	.428	-.316	-.202
데이터정확성1	186	4.03	.657	.431	-.380	.493
데이터정확성2	186	3.95	.733	.538	-.581	.993
데이터정확성3	186	4.12	.625	.390	-.362	.632
데이터적시성1	186	3.87	.739	.545	-.034	-.636
데이터적시성2	186	4.06	.702	.493	-.374	-.022
데이터적시성3	186	4.04	.652	.426	-.274	.170
데이터적합성1	186	4.03	.619	.383	-.155	.125
데이터적합성2	186	4.06	.620	.385	-.316	.634
데이터적합성3	186	4.25	.637	.406	-.273	-.660
시스템편리성1	186	3.95	.745	.554	-.398	-.002
시스템편리성2	186	3.91	.741	.548	-.337	-.064
시스템편리성3	186	3.84	.766	.586	-.238	-.307
시스템신뢰성1	186	4.16	.660	.435	-.407	.210
시스템신뢰성2	186	3.87	.731	.535	-.214	-.233
시스템신뢰성3	186	4.16	.646	.417	-.530	.888

측정변수	N	평균	표준편차	분산	왜도	첨도
시스템유연성1	186	3.87	.748	.560	-.166	-.401
시스템유연성2	186	3.74	.824	.679	-.250	-.135
시스템유연성3	186	3.93	.736	.541	-.466	.243
시스템유연성4	186	4.05	.668	.446	-.275	-.001
고객만족1	186	4.16	.572	.327	.000	-.120
고객만족2	186	4.12	.595	.354	-.195	.437
고객만족3	186	4.18	.620	.385	-.135	-.498
고객만족4	186	4.28	.665	.443	-.507	-.228
고객만족5	186	4.21	.653	.426	-.359	-.183
고객만족6	186	4.13	.685	.470	-.680	1.048
고객만족7	186	4.06	.722	.521	-.525	.317
고객만족8	186	4.04	.688	.474	-.156	-.546
지속적이용의도1	186	4.37	.585	.343	-.465	.299
지속적이용의도2	186	4.16	.725	.525	-.858	1.673
지속적이용의도3	186	4.20	.656	.430	-.348	-.214
지속적이용의도4	186	3.87	.739	.545	.128	-.971

4.4 타당성 및 신뢰도 분석

본 연구에서는 설문지를 이용한 실증분석 방법을 이용하기 때문에 실제에 근접하게 추론하고 반복적으로 측정을 하여도 동일하게 결과를 얻을 수 있는 지에 대한 확인을 위해 가설검증을 하기 전에 설문지에 사용된 개념에 대해 측정변수의 타당성과 신뢰성을 검증하였다.

타당성 분석은 측정 도구가 얼마나 잘 측정대상을 측정하는가를 검증하는 것으로 일반적으로는 요인분석을 활용해 동일한 구성개념을 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶이는가를 확인 하는 것이다. 또한 신뢰성 분석은 측정 한 것이 얼마나 일치되는지 검증하는 것으로써 요인분석을 통해 동일 요인으

로 묶인 변수들의 동질성을 확인하는 것이다(최창호, 2013).

본 연구에서는 탐색적 요인분석을 실시하였는데, 이는 이론상으로 아직 체계화되거나 정립되어 있지 않은 연구에서 향후 연구 방향을 파악하기 위한 탐색적 목적으로 실행한다는 것으로 신뢰성은 유사한 측정도구 또는 동일한 측정도구를 사용하여 동일한 개념을 반복 측정했을 때 일관성 있는 결과를 얻는 것으로 신뢰도 분석의 측정 개념은 설문 응답자로부터 정확하고 일관되게 측정되었는가를 확인하는 것이다(김한나, 2015). 즉, 동일 개념에 대한 측정을 반복하였을 때 동일 측정값을 얻을 수 있는 가능성을 의미한다. 또한 신뢰도 분석은 측정도구의 정확성이나 정밀성을 나타내는 것으로, 신뢰도 분석 결과는 Cronbach's α 의 신뢰도 척도 측정값으로 판단한다(채서일 외, 2015). Cronbach's α 값의 신뢰도 기준은 0.6이상이면 수용할 수 있음, 0.7이상이면 바람직함, 0.8이상이면 높음, 0.9이상이면 매우 높음이며, 0.6이하일 경우 내적 일관성에 문제가 있다고 의심할 수 있다.

4.4.1 독립변수의 요인분석과 신뢰도 분석결과

본 연구에서는 요인 적재 값 0.5 이상인 항목들만 측정 항목으로 선택 하였으며 요인 적재 값이 0.4 이하로 측정된 데이터적시성1, 시스템신뢰성1, 시스템신뢰성2, 시스템신뢰성3을 측정 항목에서 제외하였다. 특히 이 과정에서 시스템 신뢰성은 변수가 모두 측정항목에서 제외되어 최종적으로 연구모형을 다시 수립하였다. 타당성 검증을 위한 탐색적 요인분석에서는 모든 구성요인을 추출하고자 주성분 분석을 사용하였고, 단순화된 요인 적재 값을 위해 직교회전방식(Varimax)를 사용하였다.

독립변수에 대한 요인분석과 신뢰도 분석 결과는 아래 [표 4-3]와 같다. 독립변수에 대한 요인분석에서 총 10개의 요인을 추출하였고, 요인의 적재 값은 최소 .513에서 최대 .849로 나타났다. 표본형성 적절성을 나타내는 KMO는 .920으로 적당한 수준인 .7보다 매우 높게 나타났으며, Barlett의 구형성 검정 결과는 p값이 0.05보다 작게 나타나 요인분석에 적합하다. 신뢰도 분석 결과는 Cronbach's α 값이 .709 ~ .887 로 일반 기준인 .6보다 크

계 나타나 모든 측정요인의 신뢰도를 확보하였다.

[표 4-3] 독립변수 요인분석과 신뢰도 분석 결과

항목	요인분석											신뢰도
	성분1	성분2	성분3	성분4	성분5	성분6	성분7	성분8	성분9	성분10	공통성	Crombach's α
데이터 정확성1	.839	.158	.124	.119	.142	.133	.120	.149	.151	.049	.849	.887
데이터 정확성2	.806	.228	.053	.104	.091	.093	.108	.138	.142	.135	.743	
데이터 정확성3	.769	.163	.189	.134	.078	.097	.102	.128	.201	.142	.750	
시스템 유연성3	.251	.762	.165	.197	-.031	.084	.037	.188	.169	.135	.811	.873
시스템 유연성4	.186	.708	.139	.043	.292	.105	.211	.072	-.005	.208	.789	
시스템 유연성1	.085	.703	.373	.125	.084	.233	.161	.054	.141	.110	.849	
시스템 유연성2	.236	.702	.358	.220	.096	.138	-.076	.134	.163	.012	.869	
시스템 편리성1	.120	.180	.849	.059	.141	.085	.114	.122	.084	.083	.689	.859
시스템 편리성2	.127	.234	.801	.117	.171	.101	.148	.142	.101	.051	.850	
시스템 편리성3	.144	.294	.688	.245	.094	.119	.062	.049	.106	.145	.846	
서비스 충분성2	.173	.153	.239	.802	.144	.138	.077	.148	.079	.150	.814	.814
서비스 충분성3	.201	.376	.119	.650	.377	.066	.088	.222	.154	-.012	.724	
서비스 충분성1	.207	.184	.118	.513	.051	.320	.155	.136	.132	.413	.858	
서비스 정감성1	.093	.077	.303	.312	.704	.236	.037	.065	.212	.091	.801	.778
서비스 정감성2	.178	.177	.181	.163	.635	.306	.161	.149	.108	.213	.774	
서비스 확신성2	.236	.268	.110	.078	.135	.795	.124	.139	.155	.117	.807	.830
서비스	.089	.114	.186	.205	.270	.769	.208	.138	.158	-.001	.831	

항목	요인분석											신뢰도
	성분1	성분2	성분3	성분4	성분5	성분6	성분7	성분8	성분9	성분10	공통성	Crombach's α
확신성1												
서비스 응답성1	.242	.080	.039	.097	.013	.150	.824	.071	.044	.164	.717	.709
서비스 응답성2	.047	.104	.229	.056	.170	.115	.799	.044	.185	-.062	.781	
데이터 적합성3	.144	.153	.121	.101	.082	.154	.035	.838	.160	.170	.857	.818
데이터 적합성2	.402	.204	.176	.296	.288	.110	.108	.586	.064	.076	.840	
데이터 적합성1	.433	.120	.245	.288	.066	.128	.129	.515	.076	.251	.820	
서비스 신뢰성1	.258	.162	.098	.171	.137	.169	.090	.171	.788	.105	.703	.802
서비스 신뢰성3	.418	.126	.168	.136	.045	.221	.255	.010	.581	.244	.779	
서비스 신뢰성2	.213	.270	.289	-.036	.400	.104	.192	.194	.529	.118	.804	
데이터 적시성3	.139	.177	.160	.171	.089	.072	-.012	.162	.224	.797	.801	.718
데이터 적시성2	.298	.182	.081	.033	.461	.007	.208	.222	-.011	.610	.746	
Eigen- Value	3.199	2.945	2.774	1.998	1.874	1.839	1.776	1.771	1.701	1.625		
분산 설명 (%)	11.84 8	10.90 6	10.27 3	7.402	6.941	6.811	6.577	6.560	6.299	6.020		
누적 분산 설명 (%)	11.84 8	22.75 4	33.02 7	40.42 9	47.37 0	54.18 1	60.75 8	67.31 8	73.61 7	79.637		

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도 = .920

Bartlett의 단위행렬검정 근사카이제곱 = 3150.596, df = 351 (p = .000)

4.4.2 종속변수의 요인분석과 신뢰도 분석결과

종속변수의 요인분석과 신뢰도 분석은 독립변수의 분석과 동일하게 진행

되었고, 제거된 항목 없이 12개의 항목을 분석에 이용하였다.

종속변수에 대한 요인분석과 신뢰도 분석 결과는 아래 [표 4-4]와 같다. 종속변수에 대한 요인분석에서 총 2개의 요인을 추출하였고, 요인의 적재 값은 최소 .671에서 최대 .844로 나타났다. 표본형성 적절성을 나타내는 KMO는 .919로 적당한 수준인 .7보다 매우 높게 나타났으며, Barlett의 구형성 검정 결과는 p값이 0.05보다 작게 나타나 요인분석에 적합하다. 신뢰도 분석 결과는 Cronbach's α 값이 .812 ~ .927로 일반 기준인 .6보다 크게 나타나 모든 측정요인의 신뢰도를 확보하였다.

[표 4-4] 종속변수 요인분석과 신뢰도 분석 결과

항목	요인분석			신뢰도
	성분1	성분2	공통성	Cronbach's α
고객만족2	.844	.250	.587	.927
고객만족3	.842	.226	.775	
고객만족4	.815	.169	.759	
고객만족5	.806	.216	.692	
고객만족8	.722	.388	.696	
고객만족6	.704	.414	.668	
고객만족1	.702	.307	.546	
고객만족7	.671	.308	.672	.812
지속적이용의도3	.307	.794	.657	
지속적이용의도2	.215	.785	.662	
지속적이용의도1	.366	.723	.724	
지속적이용의도4	.172	.721	.550	
Eigen-Value	4.998	2.990		
분산설명(%)	41.648	24.915		
누적 분산설명(%)	41.648	66.563		

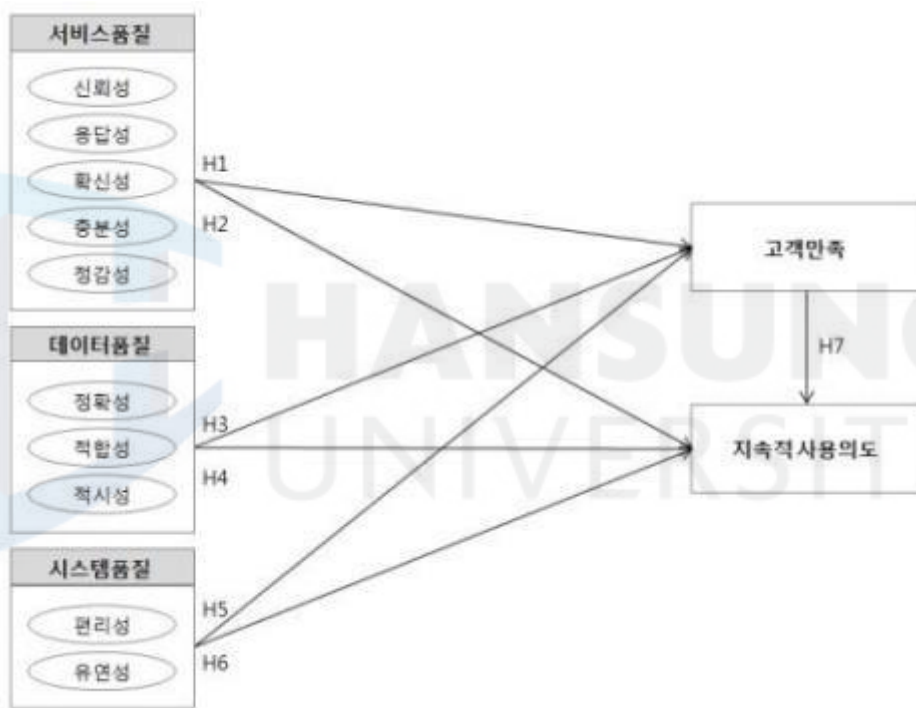
Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도 = .919

Bartlett의 단위행렬검정 근사카이제곱 = 1435.841, df = 66(p = .000)

4.4.3 수정된 연구모형 제시

본 연구의 연구모형을 요인 분석한 결과를 기준으로 아래 [그림 4-1]과 같이 수정된 연구모형을 제시하였다. 시스템품질 신뢰성의 분석결과 요인 적재 값이 0.4 이하로 나타나 타당성이 부족하기 때문에 본 연구의 시스템품질 측정 요인으로 적절하지 않아 제거하였다.

[그림 4-1] 수정된 연구모형



4.5 상관관계 분석

상관관계 분석은 두 변수간 상관분석을 통해 사회과학 현상의 복합적인 상황을 좀 더 의미 있게 해석하고 궁극적으로는 예측과 변수간의 밀접한 정도를 규명한다. Pearson의 상관계수 값은 독립변수, 매개변수, 종속변수간의 관계, 곧 상관관계의 강도(정도)를 측정하는데, 값은 0에서 ± 1 사이로 나타

나고, 계수에 대한 절대 값이 크면 클수록 변수들 사이에 보다 강한 관계가 있다. 상관계수로부터 상관관계의 강약을 판단하는 기준은 상관계수가 0.2 이하이면 상관관계가 없거나 무시해도 좋은 수준이며, 0.4 정도이면 약한 상관관계, 0.6 이상이면 높은 상관관계로 볼 수 있다(채서일, 2003; 김홍규, 2012). 변수들 간의 상관계수가 0.80 이상이면 다중공선성을 의심할 수 있다(Judge, Griffths, Hill과 Lee, 1980).

본 연구에서는 독립변수인 특허정보 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질, 종속변수인 고객만족, 지속사용의도에 대한 상관관계를 확인하기 위해 타당성과 신뢰도 분석을 통해 확정된 변수들을 대상으로 Pearson의 상관관계 분석을 실시하였다. 상관관계 분석 결과는 아래 [표 4-6]과 같다. 모든 변수들 간의 상관관계는 0.01 유의 수준 하에서 유의 하며 정(+)의 방향으로 상관관계를 이루고 있다. 따라서 연구모형에 기반한 가설이 타당하다고 할 수 있다.

서비스신뢰성과 다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스응답성은 .433($P<0.01$), 서비스확신성은 .554($P<0.01$), 서비스충분성은 .533($P<0.01$), 서비스정감성은 .579($P<0.01$), 데이터정확성은 .599($P<0.01$), 데이터적시성은 .513($P<0.01$), 데이터적합성은 .578($P<0.01$), 시스템편리성은 .522($P<0.01$), 시스템유연성은 .566($P<0.01$), 고객만족은 .591($P<0.01$), 지속사용의도는 .620($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다. 서비스응답성과 다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스신뢰성은 .433($P<0.01$), 서비스확신성은 .431($P<0.01$), 서비스충분성은 .358($P<0.01$), 서비스정감성은 .353($P<0.01$), 데이터정확성은 .399($P<0.01$), 데이터적시성은 .355($P<0.01$), 데이터적합성은 .364($P<0.01$), 시스템편리성은 .344($P<0.01$), 시스템유연성은 .317($P<0.01$), 고객만족은 .373($P<0.01$), 지속사용의도는 .358($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다. 서비스확신성과 다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스신뢰성은 .554($P<0.01$), 서비스응답성은 .431($P<0.01$), 서비스충분성은 .549($P<0.01$), 서비스정감성은 .591($P<0.01$), 데이터정확성은 .421($P<0.01$), 데이터적시성은 .371($P<0.01$), 데이터적합성은 .496($P<0.01$), 시스템편리성은 .434($P<0.01$), 시스템유연성은 .490($P<0.01$), 고객만족은 .509($P<0.01$), 지속사용의도는 .514($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다. 서비스충분성과

다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스신뢰성은 .533($P<0.01$), 서비스응답성은 .358($P<0.01$), 서비스확신성은 .549($P<0.01$), 서비스정감성은 .592($P<0.01$), 데이터정확성은 .510($P<0.01$), 데이터적시성은 .529($P<0.01$), 데이터적합성은 .653($P<0.01$), 시스템편리성은 .498($P<0.01$), 시스템유연성은 .578($P<0.01$), 고객만족은 .575($P<0.01$), 지속사용의도는 .566($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다. 서비스정감성과 다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스신뢰성은 .579($P<0.01$), 서비스응답성은 .353($P<0.01$), 서비스확신성은 .591($P<0.01$), 서비스충분성은 .592($P<0.01$), 데이터정확성은 .411($P<0.01$), 데이터적시성은 .527($P<0.01$), 데이터적합성은 .532($P<0.01$), 시스템편리성은 .535($P<0.01$), 시스템유연성은 .482($P<0.01$), 고객만족은 .549($P<0.01$), 지속사용의도는 .554($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다. 데이터정확성과 다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스신뢰성은 .599($P<0.01$), 서비스응답성은 .399($P<0.01$), 서비스확신성은 .421($P<0.01$), 서비스충분성은 .510($P<0.01$), 서비스정감성은 .411($P<0.01$), 데이터적시성은 .505($P<0.01$), 데이터적합성은 .651($P<0.01$), 시스템편리성은 .380($P<0.01$), 시스템유연성은 .525($P<0.01$), 고객만족은 .572($P<0.01$), 지속사용의도는 .456($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다. 데이터적시성과 다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스신뢰성은 .513($P<0.01$), 서비스응답성은 .355($P<0.01$), 서비스확신성은 .371($P<0.01$), 서비스충분성은 .529($P<0.01$), 서비스정감성은 .527($P<0.01$), 데이터정확성은 .505($P<0.01$), 데이터적합성은 .580($P<0.01$), 시스템편리성은 .390($P<0.01$), 시스템유연성은 .455($P<0.01$), 고객만족은 .553($P<0.01$), 지속사용의도는 .411($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다. 데이터적합성과 다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스신뢰성은 .578($P<0.01$), 서비스응답성은 .364($P<0.01$), 서비스확신성은 .496($P<0.01$), 서비스충분성은 .653($P<0.01$), 서비스정감성은 .532($P<0.01$), 데이터정확성은 .651($P<0.01$), 데이터적시성은 .580($P<0.01$), 시스템편리성은 .508($P<0.01$), 시스템유연성은 .553($P<0.01$), 고객만족은 .686($P<0.01$), 지속사용의도는 .590($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다. 시스템편리성과 다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스신뢰성은 .522($P<0.01$), 서비스응

답성은 .344($P<0.01$), 서비스확신성은 .434($P<0.01$), 서비스충분성은 .498($P<0.01$), 서비스정감성은 .535($P<0.01$), 데이터정확성은 .380($P<0.01$), 데이터적시성은 .390($P<0.01$), 데이터적합성은 .508($P<0.01$), 시스템유연성은 .625($P<0.01$), 고객만족은 .645($P<0.01$), 지속사용의도는 .523($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다. 시스템유연성과 다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스신뢰성은 .566($P<0.01$), 서비스응답성은 .317($P<0.01$), 서비스확신성은 .490($P<0.01$), 서비스충분성은 .578($P<0.01$), 서비스정감성은 .482($P<0.01$), 데이터정확성은 .525($P<0.01$), 데이터적시성은 .455($P<0.01$), 데이터적합성은 .553($P<0.01$), 시스템편리성은 .625($P<0.01$), 고객만족은 .668($P<0.01$), 지속사용의도는 .607($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다. 고객만족과 다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스신뢰성은 .591($P<0.01$), 서비스응답성은 .373($P<0.01$), 서비스확신성은 .509($P<0.01$), 서비스충분성은 .575($P<0.01$), 서비스정감성은 .549($P<0.01$), 데이터정확성은 .572($P<0.01$), 데이터적시성은 .553($P<0.01$), 데이터적합성은 .686($P<0.01$), 시스템편리성은 .645($P<0.01$), 시스템유연성은 .668($P<0.01$), 지속사용의도는 .621($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다. 지속사용의도와 다른 변수들 간의 상관관계를 보면, 서비스신뢰성은 .620($P<0.01$), 서비스응답성은 .358($P<0.01$), 서비스확신성은 .514($P<0.01$), 서비스충분성은 .566($P<0.01$), 서비스정감성은 .554($P<0.01$), 데이터정확성은 .456($P<0.01$), 데이터적시성은 .411($P<0.01$), 데이터적합성은 .590($P<0.01$), 시스템편리성은 .523($P<0.01$), 시스템유연성은 .607($P<0.01$), 고객만족은 .621($P<0.01$)로 모두 양(+)의 상관관계가 있다.

[표 4-5] 상관관계 분석

		서비스 신뢰성	서비스 응답성	서비스 확신성	서비스 충분성	서비스 정감성	데이터 정확성	데이터 적시성	데이터 적합성	시스템 편리성	시스템 유연성	고객 만족	지속적 사용 의도
서비스 신뢰성	Pearson 상관	1											
	유의확률 (양측)	.000											
	N	186											
서비스 응답성	Pearson 상관	.433**	1										
	유의확률 (양측)	.000											
	N	186	186										
서비스 확신성	Pearson 상관	.554**	.431**	1									
	유의확률 (양측)	.000	.000										
	N	186	186	186									
서비스 충분성	Pearson 상관	.533**	.358**	.549**	1								
	유의확률 (양측)	.000	.000	.000									
	N	186	186	186	186								
서비스 정감성	Pearson 상관	.579**	.353**	.591**	.592**	1							
	유의확률 (양측)	.000	.000	.000	.000								

		서비스 신뢰성	서비스 응답성	서비스 확신성	서비스 충분성	서비스 정감성	데이터 정확성	데이터 적시성	데이터 적합성	시스템 편리성	시스템 유연성	고객 만족	지속적 사용 의도
데이터 정확성	N	186	186	186	186	186							
	Pearson 상관	.599**	.399**	.421**	.510**	.411**	1						
	유의확률 (양측)	.000	.000	.000	.000	.000							
	N	186	186	186	186	186	186						
데이터 적시성	Pearson 상관	.513**	.355**	.371**	.529**	.527**	.505**	1					
	유의확률 (양측)	.000	.000	.000	.000	.000	.000						
데이터 적합성	N	186	186	186	186	186	186	186					
	Pearson 상관	.578**	.364**	.496**	.653**	.532**	.651**	.580**	1				
	유의확률 (양측)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000					
	N	186	186	186	186	186	186	186	186				
시스템 편리성	Pearson 상관	.522**	.344**	.434**	.498**	.535**	.380**	.390**	.508**	1			
	유의확률 (양측)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000				
	N	186	186	186	186	186	186	186	186	186			
시스템 유연성	Pearson 상관	.566**	.317**	.490**	.578**	.482**	.525**	.455**	.553**	.625**	1		
	유의확률 (양측)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			

		서비스 신뢰성	서비스 응답성	서비스 확신성	서비스 충분성	서비스 정감성	데이터 정확성	데이터 적시성	데이터 적합성	시스템 편리성	시스템 유연성	고객 만족	지속적 사용 의도
고객 만족	N	186	186	186	186	186	186	186	186	186	186		
	Pearson 상관	.591**	.373**	.509**	.575**	.549**	.572**	.553**	.686**	.645**	.668**	1	
	유의확률 (양측)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	186	186	186	186	186	186	186	186	186	186	186	
지속적 사용 의도	Pearson 상관	.620**	.358**	.514**	.566**	.554**	.456**	.411**	.590**	.523**	.607**	.621**	1
	유의확률 (양측)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	186	186	186	186	186	186	186	186	186	186	186	186

** . 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

4.6 가설검증

회귀분석을 실시하는 일반적인 연구에서는 종속변수 Y의 변화에 대해서 독립변수 X 하나로 결정하기보다는 2개 이상의 독립변수로 결정하는 경우가 많은데 독립변수가 1개인 경우를 단순회귀분석이라 하고 2개 이상인 경우에 대해 다중회귀분석이라 한다(이일현, 2014).

다중회귀분석에 있어 가장 중요한 사항은 독립변수들 간 다중공선성이 존재하지 않아야 한다는 점이다. 다중공선성(multi-collinearity)이란 독립변수들 간의 상관관계를 말하는데 하나의 독립변수가 다른 독립변수에 미치는 영향이 클 경우에 다중공선성이 존재한다고 본다(이훈영, 2013).

다중공선성을 평가하는 지표로는 VIF(Variance Inflation Factor, 분산팽창요인)로 VIF 값이 10이상인 경우 다중공선성이 존재하는 것으로 간주한다(이일현, 2014).

4.6.1 특허정보 품질특성과 고객만족과의 관계에 대한 가설검증

가설 H1 : 서비스품질은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H1-1 : 서비스품질의 신뢰성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H1-2 : 서비스품질의 응답성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H1-3 : 서비스품질의 확신성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H1-4 : 서비스품질의 충분성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H1-5 : 서비스품질의 정감성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

고객만족이 서비스품질로부터 받는 영향을 확인하기 위해 서비스품질 하

위 요인인 서비스신뢰성, 서비스응답성, 서비스확신성, 서비스충분성, 서비스정감성을 독립변수로, 고객만족을 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같이 나타났다.

[표 4-6] 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.687a	.472	.457	2.76357	2.102

- a. 예측자: (상수), 서비스정감성, 서비스응답성, 서비스충분성, 서비스신뢰성, 서비스확신성
b. 종속변수: 고객만족

[표 4-7] 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	1228.521	5	245.704	32.171	.000b
	잔차	1374.719	180	7.637		
	전체	2603.241	185			

- a. 종속변수: 고객만족
b. 예측자: (상수), 서비스정감성, 서비스응답성, 서비스충분성, 서비스신뢰성, 서비스확신성

[표 4-8] 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	6.940	1.950		3.558	.000		
	서비스신뢰성	.865	.222	.286	3.901	.000	.545	1.835
	서비스응답성	.281	.278	.063	1.012	.313	.754	1.326
	서비스확신성	.357	.298	.089	1.199	.232	.529	1.890
	서비스충분성	.683	.191	.259	3.570	.000	.559	1.789
	서비스정감성	.664	.326	.155	2.037	.043	.505	1.981

- a. 종속변수: 고객만족

[표 4-9] 다중회귀분석 결과 계수

	B	SE	베타	t	p	VIF
상수	6.940	1.950		3.558	.000	
서비스신뢰성	.865	.222	.286	3.901	.000	1.835
서비스응답성	.281	.278	.063	1.012	.313	1.326
서비스확신성	.357	.298	.089	1.199	.232	1.890
서비스충분성	.683	.191	.259	3.570	.000	1.789
서비스정감성	.664	.326	.155	2.037	.043	1.981
$R^2=.472$ (Adj $R^2=.457$), $F=32.171$ ($p<0.001$)						

Durbin-Watson's d = 2.102

* $P<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

a. 종속변수 : 고객만족

회귀분석의 실시를 위해서 종속변수의 자기상관과 독립변수간의 다중공선성을 검토하였다.

종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였으며, Durbin-Watson 지수가 2.102로 나타나 자기상관이 없이 독립적이다. 독립변수간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하였고, 독립변수간 VIF 지수는 1.326 ~ 1.981로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다.

다중회귀분석을 실시한 결과, 서비스신뢰성($p<.001$), 서비스충분성($p<.001$), 서비스정감성($p<.05$)은 고객만족에 유의한 영향을 주었다. 서비스신뢰성이 높을수록($B=.865$), 서비스충분성이 높을수록($B=.683$), 서비스정감성이 높을수록($B=.664$) 고객만족이 높아지며, 이들 변수가 종속변수인 고객만족을 설명하는 설명력은 47.2%($R^2=.472$)이다. 독립변수에서 서비스신뢰성($\beta=.286$)이 종속변수에 더 큰 영향을 주는 것으로 나타났으며 서비스충분성($\beta=.259$), 서비스정감성($\beta=.155$) 순으로 고객만족에 영향을 주었다.

따라서 서비스품질의 하위요인 중 서비스신뢰성, 서비스충분성, 서비스정감성이 높을수록 고객만족이 높다고 할 수 있으며, 서비스 응답성과 서비스확신성은 고객만족에 의미 있는 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

가설 H2 : 데이터품질은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H2-1 : 데이터품질의 정확성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H2-2 : 데이터품질의 적합성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H2-3 : 데이터품질의 적시성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

고객만족이 데이터품질로부터 받는 영향을 확인하기 위해 데이터품질 하위 변수인 데이터정확성, 데이터적시성, 데이터적합성을 독립변수로, 고객만족을 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같이 나타났다.

[표 4-10] 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.723a	.523	.515	2.61134	1.946

a. 예측자: (상수), 데이터적합성, 데이터적시성, 데이터정확성

b. 종속변수: 고객만족

[표 4-11] 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	1362.163	3	454.054	66.586	.000b
	잔차	1241.077	182	6.819		
	전체	2603.241	185			

a. 종속변수: 고객만족

b. 예측자: (상수), 데이터적합성, 데이터적시성, 데이터정확성

[표 4-12] 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	7.785	1.563		4.980	.000		
	데이터정확성	.443	.176	.173	2.517	.013	.552	1.813
	데이터적시성	.810	.260	.200	3.111	.002	.635	1.574
	데이터적합성	1.345	.215	.457	6.266	.000	.492	2.033

a. 종속변수: 고객만족

[표 4-13] 다중회귀분석 결과 계수

	B	SE	β	t	p	VIF
(상수)	7.785	1.563		4.980	.000	
데이터정확성	.443	.176	.173	2.517	.013	1.813
데이터적시성	.810	.260	.200	3.111	.002	1.574
데이터적합성	1.345	.215	.457	6.266	.000	2.033
$R^2=.523$ (Adj $R^2=.515$), $F=66.586$ ($p<0.001$)						

Durbin-Watson's d = 1.946

* $P<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

a. 종속변수 : 고객만족

회귀분석을 실시하기 위해 종속변수의 자기상관과 독립변수간 다중공선성을 검토하였다.

종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였으며, Durbin-Watson 지수가 1.946으로 나타나 자기상관이 없이 독립적이다. 독립변수간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하였고, 독립변수간 VIF 지수는 1.574 ~ 2.033으로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다.

다중회귀분석을 실시한 결과, 데이터정확성($p<.05$), 데이터적시성($p<.05$) 데이터적합성($p<.001$)은 고객만족에 유의한 영향을 주었다. 데이터정확성이

높을수록($B=.443$), 데이터적시성이 높을수록($B=.810$), 데이터적합성이 높을수록($B=1.345$) 고객만족이 높아지며, 이들 변수가 종속변수인 고객만족을 설명하는 설명력은 $52.3\%(R^2=.523)$ 이다. 독립변수에서 데이터적합성($\beta=.457$)이 종속변수에 더 큰 영향을 주는 것으로 나타났으며 데이터적시성($\beta=.200$), 데이터정확성($\beta=.173$) 순으로 고객만족에 영향을 주었다.

따라서 데이터품질의 하위요인인 데이터정확성, 데이터적시성, 데이터적합성이 높을수록 고객만족이 높다고 할 수 있다.

가설 H3 : 시스템품질은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H3-1 : 시스템품질의 편리성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H3-2 : 시스템품질의 유연성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

고객만족이 시스템품질로부터 받는 영향을 확인하기 위해 시스템품질 하위 변수인 시스템편리성, 시스템유연성을 독립변수로, 고객만족을 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같이 나타났다.

[표 4-14] 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.729a	.532	.527	2.58091	1.872

a. 예측자: (상수), 시스템유연성, 시스템편리성

b. 종속변수: 고객만족

[표 4-15] 분산분석

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1 회귀	1384.257	2	692.129	103.906	.000b
잔차	1218.983	183	6.661		
전체	2603.241	185			

a. 종속변수: 고객만족

b. 예측자: (상수), 시스템유연성, 시스템편리성

[표 4-16] 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	12.052	1.235		9.756	.000		
	시스템편리성	.890	.154	.374	5.771	.000	.610	1.640
	시스템유연성	.753	.112	.435	6.708	.000	.610	1.640

a. 종속변수: 고객만족

[표 4-17] 다중회귀분석 결과 계수

	B	SE	β	t	p	VIF
(상수)	12.052	1.235		9.756	.000	
시스템편리성	.890	.154	.374	5.771	.000	1.640
시스템유연성	.753	.112	.435	6.708	.000	1.640

$$R^2=.532(\text{Adj } R^2=.527), F=103.906 (p<0.001)$$

Durbin-Watson's d = 1.872

*P<.05 **p<.01 ***p<.001

a. 종속변수 : 고객만족

회귀분석을 실시하기 위해 종속변수의 자기상관과 독립변수간 다중공선성을 검토하였다.

종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였으며, Durbin-Watson 지수가 1.872로 나타나 자기상관이 없이 독립적이다. 독립변

수간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하였고, 독립변수간 VIF 지수는 1.640으로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다.

다중회귀분석을 실시한 결과, 시스템편리성($p < .001$), 시스템유연성($p < .001$)은 고객만족에 유의한 영향을 주었다. 시스템편리성이 높을수록($B = .890$), 시스템유연성이 높을수록($B = .753$) 고객만족이 높아지며, 이들 변수가 종속변수인 고객만족을 설명하는 설명력은 53.2%($R^2 = .532$)이다. 독립변수에서 시스템유연성($\beta = .435$)이 종속변수에 더 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 다음으로 시스템편리성($\beta = .374$)이 고객만족에 영향을 주었다.

따라서 시스템품질의 하위요인인 시스템편리성, 시스템유연성이 높을수록 고객만족이 높다고 할 수 있다.

4.6.2 특허정보 품질특성과 지속사용의도와의 관계에 대한 가설검증

가설 H4 : 서비스품질은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H4-1 : 서비스품질의 신뢰성은 특허정보에 대한 지속적사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H4-2 : 서비스품질의 응답성은 특허정보에 대한 지속적사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H4-3 : 서비스품질의 확신성은 특허정보에 대한 지속적사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H4-4 : 서비스품질의 충분성은 특허정보에 대한 지속적사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H4-5 : 서비스품질의 정감성은 특허정보에 대한 지속적사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

지속사용의도가 서비스품질로부터 받는 영향을 확인하기 위해 서비스품질

하위 변수인 서비스신뢰성, 서비스응답성, 서비스확신성, 서비스충분성, 서비스정감성을 독립변수로, 지속사용의도를 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같이 나타났다.

[표 4-18] 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.656a	.430	.414	1.02528	2.052

- a. 예측자: (상수), 서비스정감성, 서비스응답성, 서비스충분성, 서비스신뢰성, 서비스확신성
b. 종속변수: 지속사용의도

[표 4-19] 분산분석

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1					
회귀	142.809	5	28.562	27.171	.000b
잔차	189.217	180	1.051		
전체	332.026	185			

- a. 종속변수: 지속사용의도
b. 예측자: (상수), 서비스정감성, 서비스응답성, 서비스충분성, 서비스신뢰성, 서비스확신성

[표 4-20] 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	2.252	.724		3.112	.002		
	서비스신뢰성	.323	.082	.300	3.932	.000	.545	1.835
	서비스응답성	.078	.103	.049	.760	.448	.754	1.326
	서비스확신성	.131	.111	.092	1.184	.238	.529	1.890
	서비스충분성	.249	.071	.264	3.505	.001	.559	1.789
	서비스정감성	.157	.121	.103	1.295	.197	.505	1.981

- a. 종속변수: 지속사용의도

[표 4-21] 다중회귀분석 결과 계수

	B	SE	베타	t	p	VIF
상수	2.252	0.724		3.112	.002	
서비스신뢰성	.323	.082	.300	3.932	.000	1.835
서비스응답성	.078	.103	.049	0.760	.448	1.326
서비스확신성	.131	.111	.092	1.184	.238	1.890
서비스충분성	.249	.071	.264	3.505	.001	1.789
서비스정감성	.157	.121	.103	1.295	.197	1.981
R ² =.430(Adj R ² =.414), F=27.171 (p<0.001)						

Durbin-Watson's d = 2.052

*P<.05 **p<.01 ***p<.001

a. 종속변수 : 지속사용의도

회귀분석을 실시하기 위해 종속변수의 자기상관과 독립변수간 다중공선성을 검토하였다.

종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였으며, Durbin-Watson 지수가 2.052로 나타나 자기상관이 없이 독립적이다. 독립변수간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하였고, 독립변수간 VIF 지수는 1.326 ~ 1.981로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다.

다중회귀분석을 실시한 결과, 서비스신뢰성(p<.001), 서비스충분성(p<.05)는 지속사용의도에 유의한 영향을 주었다. 서비스신뢰성이 높을수록(B=.323), 서비스충분성이 높을수록(B=.249) 지속사용의도가 높아지며, 이들 변수가 종속변수인 지속사용의도를 설명하는 설명력은 43%(R²=.430)이다. 독립변수에서 서비스신뢰성(β=.300)이 종속변수에 더 큰 영향을 주는 것으로 나타났으며 다음으로 서비스충분성(β=.264)(β=.155)이 지속사용의도에 영향을 주었다.

따라서 서비스품질의 하위요인 중 서비스신뢰성, 서비스충분성이 높을수록 지속사용의도가 높다고 할 수 있으며, 서비스 응답성, 서비스확신성, 서비스정감성은 지속사용의도에 의미 있는 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

가설 H5 : 데이터품질은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)
영향을 미칠 것이다

가설 H5-1 : 데이터품질의 정확성은 특허정보에 대한 지속적사용
의도에 정(+)
영향을 미칠 것이다

가설 H5-2 : 데이터품질의 적합성은 특허정보에 대한 지속적사용
의도에 정(+)
영향을 미칠 것이다

가설 H5-3 : 데이터품질의 적시성은 특허정보에 대한 지속적사용
의도에 정(+)
영향을 미칠 것이다

지속사용의도가 데이터품질로부터 받는 영향을 확인하기 위해 데이터품질 하위 변수인 데이터정확성, 데이터적시성, 데이터적합성을 독립변수로, 고객만족을 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같이 나타났다.

[표 4-22] 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.576a	.332	.321	1.10427	1.987

a. 예측자: (상수), 데이터적합성, 데이터적시성, 데이터정확성

b. 종속변수: 지속사용의도

[표 4-23] 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	110.095	3	36.698	30.095	.000b
	잔차	221.931	182	1.219		
	전체	332.026	185			

a. 종속변수: 지속사용의도

b. 예측자: (상수), 데이터적합성, 데이터적시성, 데이터정확성

[표 4-24] 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	3.849	.661		5.822	.000		
	데이터정확성	.063	.074	.069	.847	.398	.552	1.813
	데이터적시성	.134	.110	.093	1.220	.224	.635	1.574
	데이터적합성	.492	.091	.468	5.419	.000	.492	2.033

a. 종속변수: 지속사용의도

[표 4-25] 다중회귀분석 결과 계수

	B	SE	β	t	p	VIF
(상수)	3.849	0.661		5.822	.000	
데이터정확성	.063	.074	.069	0.847	.398	1.813
데이터적시성	.134	.110	.093	1.220	.224	1.574
데이터적합성	.492	.091	.468	5.419	.000	2.033
$R^2=.332$ (Adj $R^2=.321$), $F=30.095$ ($p<0.001$)						

Durbin-Watson's d = 1.987

* $P<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

a. 종속변수 : 지속사용의도

회귀분석을 실시하기 위해 종속변수의 자기상관과 독립변수간 다중공선성을 검토하였다.

종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였으며, Durbin-Watson 지수가 1.987로 나타나 자기상관이 없이 독립적이다. 독립변수간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하였고, 독립변수간 VIF 지수는 1.574 ~ 2.033으로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다.

다중회귀분석을 실시한 결과, 데이터적합성($p<.001$)은 고객만족에 유의한 영향을 주었다. 데이터적합성이 높을수록(=.492) 지속사용의도가 높아지며,

이들 변수가 종속변수인 지속사용의도를 설명하는 설명력은 33.2%($R^2 = .332$)이다. 독립변수에서 데이터적합성($\beta = .468$)이 종속변수에 큰 영향을 주는 것으로 나타났다.

따라서 데이터품질의 하위요인인 데이터적합성이 높을수록 지속사용의도가 높다고 할 수 있으며 데이터정확성, 데이터적시성은 지속사용의도에 의미 있는 영향을 주지 못한다고 볼 수 있다.

가설 H6 : 시스템품질은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H6-1 : 시스템품질의 편리성은 특허정보에 대한 지속적사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 H6-2 : 시스템품질의 유연성은 특허정보에 대한 지속적사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

지속사용의도가 시스템품질로부터 받는 영향을 확인하기 위해 시스템품질 하위 변수인 시스템편리성, 시스템유연성을 독립변수로, 지속사용의도를 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같다.

[표 4-26] 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.593a	.351	.344	1.08489	1.913

a. 예측자: (상수), 시스템유연성, 시스템편리성

b. 종속변수: 지속사용의도

[표 4-27] 분산분석

모형		제 곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	116.638	2	58.319	49.549	.000b
	잔차	215.388	183	1.177		
	전 체	332.026	185			

a. 종속변수: 지속사용의도

b. 예측자: (상수), 시스템유연성, 시스템편리성

[표 4-28] 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	4.948	.519		9.529	.000		
	시스템편리성	.145	.065	.170	2.234	.027	.610	1.640
	시스템유연성	.292	.047	.471	6.178	.000	.610	1.640

a. 종속변수: 지속사용의도

[표 4-29] 다중회귀분석 결과 계수

	B	SE	β	t	p	VIF
(상수)	4.948	0.519		9.529	.000	
시스템편리성	.145	.065	.170	2.234	.027	1.640
시스템유연성	.292	.047	.471	6.178	.000	1.640

$R^2=.351$ (Adj $R^2=.344$), $F=49.549$ ($p<0.001$)

Durbin-Watson's d = 1.913

* $P<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

a. 종속변수 : 지속사용의도

회귀분석을 실시하기 위해 종속변수의 자기상관과 독립변수간 다중공선성을 검토하였다.

종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였으며,

Durbin-Watson 지수가 1.913으로 나타나 자기상관이 없이 독립적이다. 독립변수간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하였고, 독립변수간 VIF 지수는 1.640으로 10미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다.

다중회귀분석을 실시한 결과, 시스템편리성($p < .05$), 시스템유연성($p < .001$)은 지속사용의도에 유의한 영향을 주었다. 시스템편리성이 높을수록($B = .145$), 시스템유연성이 높을수록($B = .292$) 지속사용의도가 높아지며, 이들 변수가 종속변수인 지속사용의도를 설명하는 설명력은 35.1%($R^2 = .351$)이다. 독립변수에서 시스템유연성($\beta = .471$)이 종속변수에 더 큰 영향을 주는 것으로 나타났으며 다음으로 시스템편리성($\beta = .170$)이 지속사용의도에 영향을 주었다.

따라서 시스템품질의 하위요인인 시스템편리성, 시스템유연성이 높을수록 지속사용의도가 높다고 할 수 있다.

4.6.3 고객만족과 지속사용의도의 관계에 대한 가설검증

가설 H7 : 특허정보의 고객만족은 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

종속변수인 고객만족과 지속사용의도에 간의 관계에서 지속사용의도가 고객만족으로 부터 받는 영향을 확인하기 위해 고객만족을 독립변수로, 지속사용의도를 종속변수로 정하여 단순회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같이 나타났다.

[표 4-30] 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.595a	.354	.351	1.07959

a. 예측자: (상수), 고객만족성

[표 4-31] 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	117.570	1	117.570	100.873	.000b
	잔차	214.457	184	1.166		
	전체	332.026	185			

a. 종속변수: 지속사용의도

b. 예측자: (상수), 고객만족

[표 4-32] 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	3.633	.632		5.747	.000		
	고객만족	.213	.021	.595	10.044	.000	.610	1.640

a. 종속변수: 지속사용의도

[표 4-33] 단순회귀분석 결과 계수

	B	SE	β	t	p	VIF
(상수)	3.633	0.632		5.747	.000	
고객만족	.213	.021	.595	10.044	.000	1.640

$$R^2=.354(\text{Adj } R^2=.351), F=1008.873 (p<0.001)$$

*P<.05 **p<.01 ***p<.001

a. 종속변수 : 지속사용의도

단순회귀분석을 실시한 결과, 고객만족($p<.001$)은 지속사용의도에 유의한 영향을 주었다. 고객만족이 ($B=.213$) 지속사용의도가 높아지며, 독립변수가 종속변수인 지속사용의도를 설명하는 설명력은 35.4%($R^2= .354$)이다.

따라서 고객만족이 높을수록 지속사용의도가 높다고 할 수 있다.

4.7 가설검증결과 요약

본 연구에 대한 전체 가설검증결과를 요약·정리하면 아래 [표 4-30]과 같다.

[표 4-34] 가설검증결과 요약

가설	가설상세	p값	검증결과
H1	서비스품질은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	—	부분채택
H1-1	서비스품질의 신뢰성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.000	채택
H1-2	서비스품질의 응답성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.313	기각
H1-3	서비스품질의 확신성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.232	기각
H1-4	서비스품질의 충분성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.000	채택
H1-5	서비스품질의 정감성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.043	채택
H2	데이터품질은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	—	채택
H2-1	데이터품질의 정확성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.013	채택
H2-2	데이터품질의 적합성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.002	채택
H2-3	데이터품질의 적시성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.000	채택
H3	시스템품질은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	—	채택
H3-1	시스템품질의 편리성 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.000	채택
H3-2	시스템품질의 유연성 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.000	채택

가설	가설상세	p값	검증결과
H3-3	시스템품질의 신뢰성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	삭제	
H4	서비스품질은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	-	부분채택
H4-1	서비스품질의 신뢰성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.000	채택
H4-2	서비스품질의 응답성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.448	기각
H4-3	서비스품질의 확산성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.238	기각
H4-4	서비스품질의 충분성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.001	채택
H4-5	서비스품질의 정감성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.197	기각
H5	데이터품질은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	-	부분채택
H5-1	데이터품질의 정확성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.398	기각
H5-2	데이터품질의 적합성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.224	기각
H5-3	데이터품질의 적시성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.000	채택
H6	시스템품질은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	-	채택
H6-1	시스템품질의 편리성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.027	채택
H6-2	시스템품질의 유연성은 특허정보에 대한 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.000	채택
H6-3	시스템품질의 신뢰성은 특허정보에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	삭제	
H7	특허정보의 고객만족은 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.000	채택

V. 결론

5.1 연구결과 요약

본 연구에 대한 결과를 요약하면 다음과 같다. 본 연구의 연구모형에 대해 총 29개의 가설 중 3개는 부분채택, 17개는 채택, 7개는 기각되었으며, 요인 분석과정에서 2개는 삭제되었다.

특허정보 온라인서비스의 서비스품질은 신뢰성, 응답성, 확신성, 충분성, 정감성 중 신뢰성, 충분성, 정감성이 고객만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 부분채택 되었으며, 특허정보의 데이터 품질은 정확성, 적합성, 적시성 모두 고객만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었고, 특허정보의 시스템품질은 편리성 유연성 모두 고객만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었다. 특허정보 온라인서비스의 서비스 품질의 신뢰성, 응답성, 확신성, 충분성, 정감성 중 신뢰성과 충분성만이 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 나타나 부분채택 되었으며, 특허정보 온라인서비스의 데이터품질은 정확성, 적합성, 적시성 중 적시성만이 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 부분채택 되었고, 특허정보 온라인서비스의 시스템품질은 편리성, 유연성 모두 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 채택 되었다. 마지막으로 특허정보의 고객만족은 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 검증 되었다.

본 연구의 설문조사 대상의 일반적 현황을 보면, 남성과 여성의 비율은 적정하게 분포되었고, 연령은 30~39세가 가장 많았으며, 학력은 대학교 졸업과 대학원 졸업이 동일한 수준으로 전체의 99%를 차지하였다. 직책의 경우 팀원에 많이 치중이 되었고 상대적으로 임원과 대표의 비중이 낮았고, 경력은 1년~5년과 6년~10년이 유사한 수준으로 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났으며 직무는 연구개발이 가장 많은 것으로 나타났다.

상관관계 분석 결과 회귀분석 결과를 대부분의 요인들이 0.5 수준의 상관관계를 나타내고 있으며 서비스응답성이 전체적으로 다른 요인들과의 상관관

계계수가 0.4미만으로 낮은 상관관계를 나타냈으며, 고객만족과 데이터적합성 두 요인간의 상관관계계수가 0.686으로 전체 요인들 중 가장 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

다중회귀분석결과 특허정보 온라인서비스의 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질과 고객만족의 회귀분석결과는 통계적으로 유의미한 결과가 있는 것으로 나타났다. 특히, 데이터품질과 시스템품질은 모든 하위변수들에 있어서 유의미 하며, 하위 요인 중 데이터적합성이 고객만족에 가장 크게 영향을 미치는 것으로 나타났다.($p < .001$, $\beta = .457$, $B = 1.345$)

또한 특허정보의 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질과 지속사용의도의 회귀분석결과 역시 통계적으로 유의미한 결과가 있는 것으로 나타났다. 특히, 시스템품질은 모든 하위변수들에 있어서 유의미 하며, 하위 요인 중 시스템유연성이 지속사용의도에 가장 크게 영향을 미치는 것으로 나타났다.($p < .001$, $\beta = .471$, $B = .292$)

그리고 종속변수인 고객만족과 지속사용의도간의 회귀분석결과에서도 고객만족은 지속사용의도에 대하여 통계적으로 유의미하다는 결과가 나타났다.($p < 0.001$, $\beta = .595$, $B = .213$)

5.2 이론적 및 실무적 시사점

본 연구를 통해 특허정보 온라인서비스의 품질특성은 고객만족과 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 특허정보 온라인서비스의 품질특성은 지속사용의도 보다 고객만족에 더 크게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 고객만족이 지속사용의도에 영향을 미치는 것으로 나타나 결과적으로 특허정보 온라인서비스의 품질특성은 고객만족과 지속사용의도에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났다.

특히 특허정보 온라인서비스의 시스템품질이 고객만족과 지속사용의도에 크게 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 서비스품질 및 데이터품질에 좀 더 집중하는 경향이 있는 기업의 품질수준과 특허정보 온라인서비스를 이용하는 고객들의 서비스 요구 수준에 차이가 있다고 할 수 있다. 본 연구를 통

해 나타난 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질의 하위 요인들 별 회귀분석 결과를 토대로 특허정보 온라인서비스를 사용하는 고객 관점에서의 요구되어지는 품질특성을 파악하여 기업과 고객이 서로 WIN-WIN 할 수 있는 효율적인 자원 분배를 통해 특허정보 온라인서비스를 이용하는 고객의 만족도를 제고하고 이를 통해 기업의 경쟁력을 확보할 수 있는 효과적인 전략을 수립할 수 있을 것으로 판단된다.

5.3 연구의 한계 및 향후 연구과제

본 연구를 진행하기 위해 여러 방법으로 선행연구에 대한 연구모형과 변수 설정을 검토하였으나, 사용자 관점에서의 데이터품질과 관련된 선행문헌을 찾기 어려웠다. 일반적으로 데이터품질에 대한 선행연구는 데이터를 운영하고 관리하는 관점에서의 연구들이 대부분이었기 때문에 본 연구의 모집단인 특허정보 온라인서비스를 이용하는 고객들과의 연관성이 없었고, 본 연구의 모집단에게는 정보품질이라는 표현 보다 데이터품질이라는 표현이 더욱 익숙하기 때문에 본 연구를 진행함에 있어 정보품질에 대한 선행연구를 기반으로 데이터품질에 대한 변수와 가설을 설정하였다. 또한 전체 특허정보 온라인서비스를 이용하는 고객규모 대비 수집된 표본이 186부로 주로 경력 1년~10년 사이의 팀원 중심으로 이루어져 있어 특허정보 온라인서비스의 지속사용 여부를 결정할 수 있는 권한을 가진 표본 및 좀 더 다양한 직무에 대한 설문조사 결과가 다소 미흡하게 수집된 한계점이 있다고 하겠다.

또한 특허정보 온라인서비스를 이용하는 고객들은 하나의 서비스만을 이용하기 보다는 여러 유·무료 서비스를 동시에 이용하는 경우가 많다. 따라서, 향후 전환비용, 유대관계, 대안매력 등의 전환장벽이 특허정보 온라인서비스의 품질특성이 고객만족과 지속사용의도에 미치는 영향에 어떠한 조절효과를 나타내는지에 대한 연구 통해 기업이 특허정보 온라인서비스의 품질특성 뿐만 아니라 전환장벽을 고려하여 비즈니스 전략을 수립하는 데 기여할 수 있을 것으로 생각된다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 권기영. (2005). “특허정보의 효율적 이용 방안에 관한 연구”. 연세대학교 법무대학원 석사학위논문.
- 권순동, 윤숙자. (2010). “이러닝의 특성과 유용성이 지속적 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구”. 『Journal of information technology applications & management』, 17(1), 35-54.
- 김국선, 이종호. (2012). “소셜커머스의 만족도와 재구매의도에 영향을 미치는 서비스품질요인”. 『한국콘텐츠학회논문지』, 12(3), 314-316.
- 김소정, 남기천. (2008). “정보시스템 감리의 서비스품질이 의뢰기관의 품질 성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 『한국경영정보학회 학술대회논문집』, 473-478.
- 김홍균. (2004). “특허정보의특성”. 『고분자과학과기술』, 제15권6호, 744-749.
- 문춘오. (2002). “특허정보 검색시스템 사용자인터페이스 개선에 관한 연구”. 연세대학교 공학대학원 석사학위논문.
- 박소은, 이성혜, 지대범, 최정일. (2017). “O2O 서비스의 지속이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”. 『한국서비스경영학회 학술대회』, 77-96.
- 박정식. (2006). “인터넷 쇼핑몰 물류서비스품질과 고객만족, 고객로열티간의 구조관계”. 명지대학교 대학원 박사학위논문.
- 박준홍. (2018). “핀테크의 특성이 지각된 인식과 지속사용의도에 미치는 영향에 관한 연구”. 호남대학교 대학원 박사학위논문.
- 박희석. (2001). “호텔 정보시스템의 품질과 사용자 가치만족, 사용의도 간의

- 관계”. 대구대학교 박사학위논문.
- 반경희. (2015). “세무정보 자동회계처리시스템품질이 세무서비스기업의 사용자 만족도와 성과에 미치는 영향”. 가천대학교 박사학위논문.
- 사재훈. (2017). “로보어드바이저 서비스의 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”. 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 서창욱. (2017). “m-CRM의 정보시스템 품질이 m-CRM 사용자 만족과 지속적 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구”. 창원대학교 대학원 박사학위논문.
- 성백춘. (2004). “ERP시스템의 내부통제가 조직성과에 미치는 영향에 관한 실증연구”. 대구대학교 박사학위논문.
- 성백춘. (2006). “ERP시스템의 품질요인이 조직성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구”. 『국제회계연구』, 제16집, 157-180.
- 손병모. (2005). “정보시스템의 이용자만족도에 관한 연구”. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 신주연. (2019). “O2O 서비스 품질이 고객 만족 및 지속적 이용의도에 미치는 영향”. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 엄홍섭, 전영일. (2000). “정보시스템의 서비스품질 측정에 관한 연구”. 『한국 생산관리학회지』, 제11권, 제1호, 73-103.
- 유동수. (2004). “패밀리 레스토랑 브랜드와 서비스 품질이 고객만족 및 재방문에 미치는 영향에 관한 연구”. 경원대학교 박사학위논문.
- 유상민. (2018). “국방정보시스템 서비스 품질 분석에 관한 연구”. 고려대학교 기술경영전문대학원 석사학위논문.
- 윤창주. (2010). “특허정보활용 및 기술가치평가 교육의 실업계 고교 교육과정도입을 통한 R&D 지원인력 양성의 모색에 관한 고찰”. 한양대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이난영. (2005). “특허정보서비스의 지각품질을 이용한 고객만족도 분석에 관

- 한 연구”. 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 이숙영. (2003). "ERP 시스템품질이 정보시스템 성과에 미치는 영향에 관한 연구“. 원광대학교 대학원 석사학위논문.
- 이영림. (2003). “여행업의 정보시스템품질 평가에 관한 연구”. 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 이정우, 윤성철, 이슬. (2003). “계층적 군집분석을 통한 정보품질의 차원과 요소들에 관한 연구”. 『한국경영정보학회 2003년도 춘계학술대회발표 논문집』, 91-98.
- 이하진. (2013). “회계정보시스템의 품질요인이 경영성과에 미치는 영향”. 한밭대학교 창업경영대학원 석사학위논문.
- 이효우. (2014). “중국 인터넷뱅킹의 서비스품질에 따른 고객만족도 및 고객충성도에 관한 연구”. 청운대학교 산업기술경영대학원 석사학위논문.
- 임세현. (2003). “ERP 시스템 구축과정 측정 및 선정 모델 개발에 관한 연구”. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 임채관. (2017). “부동산정보 사이트의 서비스품질, 정보품질, 시스템품질이 지각가치와 고객만족 및 재이용의도에 미치는 영향”. 동명대학교대학원 석사학위논문.
- 정영정. (2008). “대학정보시스템 품질특성이 학생들의 만족도에 미치는 영향에 관한 연구”. 계명대학교 대학원 석사학위논문.
- 정용혜. (2006). “고객접점 서비스가 서비스품질, 고객만족, 충성도에 미치는 영향에 관한 연구”. 경희대학교 박사학위논문.
- 최종민. (1993). “상황변수와 회계정보시스템의 특성, 성과간의 관계연구”. 한국과학기술원 박사학위논문.
- 최승만. (2008). “호텔 레스토랑의 물리적 환경지각이 감정 반응, 고객만족 재구매의도 및 추천의도에 미치는 영향”. 세종대학교 대학원 박사학위논문.

- 최승욱. (2011). “특허정보 서비스 품질, 고객만족, 행동의도에 관한 연구”.
한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사학위논문.
- 최승욱, 정진택. (2009). “지식재산정보의 서비스품질이 고객만족과 고객충성
도에 미치는 영향에 관한 연구”. 『디지털융복합연구』, Vol.7, 1-8.
- 최창호. (2013). “고객과 컨설턴트간의 유대관계가 컨설팅 프로젝트 성과에
미치는 영향에 관한 연구”. 한성대학교 대학원 박사학위논문.
- 최훈, 최유정. (2011). "스마트폰 애플리케이션 품질이 신뢰 및 지속적 사용의
도에 미치는 영향". 『한국산업정보학회논문지』, 16(4), 151-162.
- 하원정. (2003). “물류서비스 품질 측정에 관한 연구”. 경희대학교 석사학위
논문.



2. 국외문헌

- Ahiuv, N. (1980). A SYSTEMATIC Approach toward Assessing the Value of an Information systems: Management Science, 29(5), 530–545.
- Bailey, J. E. and Pearson, W. S. (1983). Development of a tool for measuring and analyzing computer user satisfaction: Management Science, Vol.2, NO.5, 530–544.
- Baroudi, and Orlikowski, W.J. (1988). A shortform measure of user satisfaction and notes on use: Journal of Management Information Systems, Vol.4, 44–59.
- Bhattacharjee, A. (2001). An empirical analysis of the antecedents of electronic service continuance: Decision support systems, 32(2), 201–214.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance an expectation confirmation model: MIS quarterly, 351–370.
- Christian Gronroos. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications: European Journal of Marketing, 18(4), 36–44.
- Czepiel, J. A. and Larry J. Rosenberg. (1997). Consumer Satisfaction Concept and Measurement: Journal of the Academy of Marketing Science, 5(F), 403–411.
- Delone W. H. and McLean, E. R. (1992). Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable: Information Systems Research, 3(2), 60–65.
- Delone and Mclean Model of IS success in the user developed application domain: Eleventh Australian Conference on Information Systems, Vol.3.
- DeLone, W. H. and McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model

- of information systems Success A Ten-Year Update. Journal of Management Information System, Vol.19,No.4, 9-30.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research.
- Giri, K. T. and Donald, P. B. (1988). Examining data quality: Communications of the ACM, Vol.41.
- Goodhue, D. L. (1995). Task-Technology Fit and Individual Performance: MIS Quarterly, June, 213-236.
- Lewis, Robert C. and Bernard H. Booms. (1983). The Marketing Aspects of Service Quality. in Emerging Perspectives on Services Marketing, L. Berry, G. Shostack, and G. Upah, eds., Chicago: American Marketing, 99-107.
- McGill, Tanya J., Hobbs, Valerie H. and Klobas, Jane E. (2000). Testing the Whitener, E. M., Brodt, S.E., Korsgaard, M. A., & Werner, J. M. (1998).
- Managers as initiators of trust: An exchange relationship framework for understanding managerial trustworthy behavior. Academy of management review, 23(3), 513-530.
- McDougall, G. H., & Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with services-putting perceived value into the equation: Journal of services marketing, 14(5), 392-410.
- Orr, K. (1998). Data Quality and Systems Theory, Communications of ACM, 41(2), 66-71.
- Parasuman, A, Zeithmal, V. A. and Berry, L. L. (1988). A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality: Journal of Retailing, Vol.64.

- Richard Oliver L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions: *Journal of Marketing Research*, 17, 460–469.
- Reichheld, F. F., & Schefter, P. (2000). E loyalty—your secret weapon on the web: *Harvard business review*, 78(4), 105–113.
- Seddon, P. B. (1997). A respecification and extension of the Delone and Mclean model of IS Success: *Information System Research*, Vol,NO.3, 240–253.
- Zmud, R. W. (1982). Diffusion of Modern Software Practices—Influence of Centralization and Formalization: *Management Science*, (25)10, 966–979.



부 록

특허정보 온라인서비스의 품질특성이 고객만족과 지속사용의도에 미치는 영향

안녕하십니까!

본 설문은 특허정보 온라인서비스의 서비스품질, 데이터품질, 시스템품질이 특허정보 사용자의 고객만족과 지속사용의도에 영향을 미치는 요인을 확인하기 위해 설계되었습니다.

본 설문지는 통계법에 의거 익명으로 처리되며 연구목적 이외의 다른 용도로 사용하지 않을 것임을 약속드립니다. 특허정보 온라인서비스의 질적 수준을 높이기 위한 연구에 귀중한 자료가 되오니 부디 바쁘시더라도 설문에 응하여 주시면 감사하겠습니다.

귀하의 도움에 다시 한 번 감사드리며 귀하의 발전을 기원합니다.

I. 다음은 귀하가 사용하고 계시는 특허정보 온라인서비스의 품질에 관한 설문입니다. 귀하의 사용 경험을 바탕으로 해당되는 정도에 따라 체크 해 주십시오.

1. 특허정보 서비스 품질에 관한 질문입니다.

신뢰성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
제공되는 특허정보 서비스를 신뢰할 수 있다	1	2	3	4	5
유지, 보수가 원활하게 이루어진다	1	2	3	4	5
제공되는 특허정보 서비스는 정확하다	1	2	3	4	5
응답성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
특허정보 서비스를 원할 때 항상 접속이 가능하다	1	2	3	4	5
특허정보 서비스가 신속하게 이루어진다	1	2	3	4	5
확신성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
특허정보 제공업체는 충분한 전문지식을	1	2	3	4	5

가지고 있다					
특허정보 제공업체는 충분한 기술능력을 가지고 있다	1	2	3	4	5
충분성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
제공되는 특허정보의 내용은 충분하다	1	2	3	4	5
특허정보 서비스에 대한 충분한 교육이 제공되어 진다	1	2	3	4	5
특허정보 서비스에 대한 이용자의 의견이 충분히 반영되어 진다.	1	2	3	4	5
정감성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
특허정보 서비스 이용자의 구체적인 요구를 이해한다	1	2	3	4	5
특허정보 서비스 이용자에게 일관적으로 친절할 서비스를 제공한다	1	2	3	4	5

2. 특허정보 데이터품질에 관한 질문입니다.

정확성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
특허정보 결과는 요구사항과 일치한다	1	2	3	4	5
특허정보 결과는 오류 없이 정확한 정보를 제공한다	1	2	3	4	5
특허정보 결과는 신뢰할 수 있다	1	2	3	4	5
적시성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
최신의 트렌드를 반영하여 특허정보를 제공한다	1	2	3	4	5
특허정보의 업데이트는 신속하게 이루어지고 있다	1	2	3	4	5
제공되는 특허정보의 양은 충분하다	1	2	3	4	5
적합성	전혀	그렇지	보통이다	그렇다	매우

	그렇지 않다	않다			그렇다
제공되는 특허정보는 사용자의 의도와 일치한다	1	2	3	4	5
제공되는 특허정보는 사용목적에 따라 제공된다	1	2	3	4	5
제공되는 특허정보는 업무 활용에 적합하다	1	2	3	4	5

3. 특허정보 시스템품질에 관한 질문입니다.

편리성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
서비스 인터페이스가 용이하다	1	2	3	4	5
메뉴, 아이콘은 손쉽게 사용할 수 있다	1	2	3	4	5
원하는 정보가 어디에 있는지 쉽게 파악할 수 있다	1	2	3	4	5
신뢰성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
신속하게 반응하고 반응시간은 일관성 있게 신속하다	1	2	3	4	5
회원가입/결제방법이 안정적이다	1	2	3	4	5
비교적 오류 없이 작동 한다	1	2	3	4	5
유연성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
환경변화에 따른 호환성이 높다	1	2	3	4	5
다른 서비스의 데이터 이용이 가능하다	1	2	3	4	5
다른 비슷한 환경에서 사용할 수 있다	1	2	3	4	5
개인정보에 대해 사용 환경에 따라 철저한 보안이 이루어지고 있다					

4. 특허정보 고객만족

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
제공되는 특허정보는 업무상 정보처리 요구에 적당하다	1	2	3	4	5
제공되는 특허정보는 업무상 능률적이다	1	2	3	4	5
제공되는 특허정보는 업무상 효율적이다	1	2	3	4	5
제공되는 특허정보는 업무를 더 신속하게 한다	1	2	3	4	5
제공되는 특허정보는 업무성과를 향상 시킨다	1	2	3	4	5
제공되는 특허정보의 사용이 용이하다	1	2	3	4	5
필요한 특허정보를 즉시 얻을 수 있다	1	2	3	4	5
제공되는 특허정보는 내가 원하는 정보와 일치한다.	1	2	3	4	5

5. 특허정보 지속사용의도

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
앞으로도 특허정보를 지속적으로 이용 할 것이다	1	2	3	4	5
제공되는 특허정보 품질의 문제점을 경험 할 지라도 계속 이용할 것이다	1	2	3	4	5
주위 사람들에게 특허정보 서비스를 추천 할 의사가 있다	1	2	3	4	5
특허정보의 이용 횟수를 늘릴 것이다	1	2	3	4	5

II. 다음은 귀하의 일반적 특성에 관한 질문입니다. 해당하는 곳에 체크하여 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ☐ 남성
- ☐ 여성

2. 귀하의 연령대는?

- ☐ 30세 미만
- ☐ 30 ~ 39세
- ☐ 40 ~ 49세
- ☐ 50 ~ 59세
- ☐ 60세 이상

3. 귀하의 학력은?

- ☐ 고등학교 졸업 이하
- ☐ 전문대 졸업
- ☐ 대학교 졸업
- ☐ 대학원 졸업(대학원재학 포함) 이상

4. 귀하의 직위는?

- ☐ 팀원
- ☐ 팀장
- ☐ 부서장
- ☐ 임원
- ☐ 대표
- ☐ 기타

5. 귀하의 직무분야는?

- ☐ 연구개발
- ☐ 기술평가 및 사업화 컨설팅
- ☐ 출원관리
- ☐ 기타

6. 귀하의 IP분야 근무경력?

- ☐ 1년 미만
- ☐ 1년 ~ 5년
- ☐ 6년 ~ 10년
- ☐ 11년 ~ 15년
- ☐ 16년 이상

- 본 설문에 끝까지 응답해 주셔서 깊이 감사 드립니다 -

ABSTRACT

The Effect of Quality of Patent Information Online Service on Customer Satisfaction and Continuous Intension to Use

Hwang, Yoon-Jung

Major in Smart Convergence Consulting

Dept. of Smart Convergence Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

This study is a study on the effect of quality characteristics of patent information online service on customer satisfaction and intention of continuous use. Patent information is information that is generated in the process of patent application for acquiring patent rights. It is not only a function of a technical information document for a new technology but also a function of a legal document that gives a patentee the right to the technology. Such patent information plays an important role in corporate and national R & D activities. Especially, with the emergence of the 4th industrial revolution era, the value of patents and the interest and importance of technology management have increased, . As the range of application of patent information becomes more diverse and service utilization level becomes higher, the demand for quality of patent information online service is also increasing. However, for companies providing patent information, due to resource limitations, it is difficult to satisfy all business processes and all customers. Therefore, in this study, sub-factors of service quality, data quality, and system quality of patent information online service are subdivided to derive main factors

influencing customers' satisfaction and continuous use intention, so that more specific and objective customer needs can be grasped To respond flexibly to rapid changes in the environment and to identify which of the various quality factors directly or indirectly affect customer satisfaction and persistence intention, thereby increasing the satisfaction level of the customer, And to establish an efficient strategy for securing competitiveness..

Keywords : patent information, online service, service quality, data quality, system quality, customer satisfaction

