

소셜네트워크서비스(SNS) 만족도에 영향을 미치는 요인

고창배[○], 윤중수^{*}

[○]경동대학교 경영학과

^{*}강남대학교 경영대학

e-mail: kcb2013@k1.ac.kr[○], jongssoo@kangnam.ac.kr^{*}

Factors Influencing the Satisfaction of SNS

Chang-Bae Ko[○], Jong-Soo Yoon^{*}

[○]Dept. of Business Administration, Kyungdong University

^{*}College of Business Administration, Kangnam University

● 요 약 ●

본 논문에서는 문헌연구를 바탕으로 SNS가 갖추어야 하는 바람직한 요인으로서 시스템특성, 서비스특성, 정보특성, 감성특성을 도출하는 동시에 이러한 SNS의 특성과 만족도간에 어떠한 관련성이 있는가를 실증적으로 파악하고자 했다. 또한, 이러한 SNS의 특성과 만족도간의 관련성이 응답자의 국가유형에 따라 달라지는가를 분석하고자 하였다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 한국과 중국의 인터넷 사용자들을 대상으로 설문지 분석을 실시한 결과, SNS의 여러 가지 특성들이 SNS 만족도에 통계적으로 유의한 수준에서 긍정적 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 또한, SNS의 특성과 만족도간의 관련성이 국가유형에 따라 차이가 존재하고 있음을 확인할 수 있었다.

키워드: SNS, SNS 특성(SNS characteristic), SNS 만족도(SNS satisfaction)

I. 서 론

본 연구에서는 SNS가 갖추어야 하는 바람직한 특성을 크게 시스템특성, 정보특성, 서비스특성, 감성특성으로 분류 정의함으로써, 이들 특성 중에서 어떠한 요인이 SNS 사용자의 만족도에 영향을 미치는가를 조망해 보고자 한다. 또한, 이들 SNS 특성과 만족도간의 관련성이 인터넷 사용자들의 국적(한국, 중국)에 따라 차이가 존재하는가를 실증적으로 파악하고자 한다.

II. 관련 연구

SNS가 전 세계적으로 많은 주목을 얻고 있으며 실제적으로 SNS의 영향력과 효과성 등이 강조됨에 따라, SNS를 중심으로 많은 연구들이 이루어지고 있다.

〈표2-1〉 SNS 관련 선행연구의 주요 내용

연구자 (년도)	연구내용
고훈석 (2011)	소셜 네트워크 서비스(SNS) 품질요인(서비스품질, 정보품질, 시스템품질, 사회성품질, 감성품질)이 사용자 만족과 지속적인 이용의도에 미치는 영향에 대한 연구
원옥연 (2009)	SNS 웹사이트에 대한 실증연구:품질 요인, 사용자 만족, 지속적 사용의도, 구전의도
김태진 (2011)	SNS(Social Network Service)의 사용자 만족과 지속적 사용을 위한 영향요인에 관한 연구
김재영 (2011)	Social Network Service의 정보품질과 서비스품질이 이용자 만족도에 미치는 영향에 관한 연구

III. 본 론

1. 연구설계

본 연구에서는 어떠한 SNS의 특성이 사용자의 만족도에 영향을 미치는지, 그리고 SNS의 특성과 만족도간의 관련성이 국가유형에 따라 달라지는가를 파악하는데 목적을 두었다. 이에 따라, 선행연구 분석을 통해 SNS의 특성을 크게 시스템특성, 서비스 특성, 정보특성, 그리고 감성특성으로 분류하여 독립변수로 설정하였으며, SNS 사용자들의 만족도를 종속변수로, 그리고 응답자의 국적을 조절변수로 설정하여 다양한 연구가설을 개발하였다. 본 연구에서 설정한 연구가설은 다음과 같다.

- H1: SNS의 특성은 SNS 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- H1-1. 시스템특성은 SNS 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- H1-2. 서비스특성은 SNS 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- H1-3. 정보특성은 SNS 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- H1-4. 감성특성은 SNS 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- H2: SNS의 특성과 만족도간의 관련성은 국가의 유형에 따라 달라질 것이다.

2. SNS의 특성과 만족도간의 관련성 분석

회귀분석을 실시한 결과, 회귀모형의 유의수준이 매우 높은 수준에서 $F_{값}=96.658$ 을 나타내고 있으며 회귀모형의 설명력을 나타내는 R^2 는 0.414로 나타났다. 또한, SNS의 시스템특성($t=7.957, p=.000$), 서비스특성($t=4.434, p=.000$), 감성특성($t=15.391, p=.000$), 정보특성($t=8.172, p=.000$) 변수 모두가 SNS 만족도에 통계적으로 유의한 수준에서 영향을 미치고 있는 것으로 파악되었다.

3. 국가유형에 따른 SNS의 특성과 만족도간의 관련성 분석

본 연구에서는 연구가설2의 검증은 위하여 더미회귀분석을 실시한 결과, 회귀모형의 설명력은 약45.4%로 높게 나타났으며, $F_{값}$ 이 매우 유의한 수준임을 확인할 수 있었다. 또한, 국가유형을 의미하는 더미변수가 통계적으로 유의한 수준에서 독립변수와 종속변수간의 관련성에 영향을 미치고 있는 것으로 파악되었다.

IV. 결 론

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, SNS의 3가지 특성인 시스템특성, 서비스특성, 정보특성, 감성특성이 응답자의 SNS 만족도에 긍정적 영향을 미치고 있음을 파악하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과, 이들 변수들이 종속변수인 SNS 만족도에 통계적으로 유의한 수준에서 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다. 둘째, 본 연구의 연구가설2 ‘SNS의 특성과 만족도간의 관련성은 국가의 유형에 따라 달라질 것이다’를 검증하기 위하여 더미회귀분석을 실시한 결과, 응답자의 국적이 SNS의 특성과 만족도간의 관련성에 통계적으로 유의한 수준에서 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다.

참고문헌

- [1] Boyd and Ellison, "Social network sites: Definition, history, and scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.13, No.1, pp.210, 2007.
- [2] Davis, F. D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, pp.319-340, 1989.
- [3] Maltz, E., "Is All Communication Created Equal? An Investigation into the Effects of Communication Mode on Perceived Information Quality," *Journal of Product Innovation Management*, Vol.17, pp.110-127, 2000.
- [4] Parasuraman, A. Zeithaml. V. A. Berry, L. L. : A Multiple Item Scale for measuring Consumer Perception of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol.64, pp.12-40, 1988.
- [5] Sedera, D., Gable, G. Chan, T., A Multi-Faceted Evaluation of Enterprise System Success, *Proceedings of The Eighth Pacific Asia Conference on Information Systems*, Vol.8, pp.172, 2004.