

농업관련기업의 빅데이터 수용의도에 미치는 영향: 농업관련기업 종사자 중심으로

류가현*

호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정

허철무**

호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 교수

국 문 요 약

농업은 잦은 자연재해, 코로나 같은 예측하기 힘든 불확실성이 높아지는 상황이며 이를 해결하기 위해 새로운 기술적 접근방안과 돌파구 마련이 필요하다. ICT의 급속한 발전과 4차 산업혁명 시대가 도래하면서 데이터의 중요성은 더욱 커지고 있다. 빅데이터는 농업이 직면한 다양한 기술적 난제를 해결함과 동시에 생산, 소비, 유통 분야의 밸류체인 혁신을 통해 높은 경쟁력을 확보할 수 있게 핵심 요소가 될 것이다. 실제 농업 분야의 해외 사례를 살펴보면 주로 빅데이터에 대한 수집 분석이 기업을 중심으로 이루어지고 있고 기업의 새로운 가치 창출에 중요한 역할을 담당하고 있어 상업적 측면에서 활용가치가 매우 높음을 알 수 있다. 우리나라도 기업의 빅데이터 활용을 위한 다양한 시도가 이루어지고 있으나 아직은 대기업, 소수의 혁신기술 기반 중소기업이 대부분이다. 기업의 빅데이터 활용에 영향을 미치는 연구는 계속 진행되고 있으나, 산업별 특성이 반영되어 결과는 상이하게 나타났다. 또한 대부분의 연구가 조직 차원에서 초기 도입 의도에 영향을 주는 요인 파악에 집중하였다. 반면 기업이 빅데이터를 활용하여 성과를 창출하기 위해서는 각 분야 현업 종사자들의 지속적인 활용 의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구가 필요하다. 따라서 본 연구는 혁신 기술 수용 의도를 파악하는데 높은 설명력을 나타내는 통합기술수용이론(UTAUT)과 혁신성향 변수를 활용하여 농업 관련 기업 종사자들의 빅데이터 수용 의도에 미치는 영향 요인들을 살펴보고 경제적 혜택과 실용적 혜택의 매개 효과를 분석하고자 한다. 실제 농업 관련 기업 종사자 대상 설문문을 통한 실증 연구를 통해 현장 종사자들의 빅데이터 활용 수준을 높이고 우수인력을 확보하여 육성하기 위한 방안을 제시하여 농업관련분야 기업의 빅데이터 활성화 정책 도출에 시사점을 제시하고자 한다.

핵심어: 농업 관련 기업, 빅데이터, 통합기술수용이론, 경제적 혜택, 실용적 혜택, 수용의도

1. 서론

농업은 잦은 기상이변으로 재해위험이 커진 상황에서 소비 트렌드의 급격한 변화, 코로나19 같은 외부충격으로 인하여 불확실성과 위험은 더욱 증가되고 있다. 이런 상황을 고려할 때 농업경영 및 유통, 소비 분야는 데이터 기반 합리적 의사결정 및 예측이 매우 중요하다.

농업 분야에서 생산되는 각종 정부통계, 기상정보, 생산자 정보, 유통 정보 등 방대한 양(정형, 비정형)의 정보를 활용하여 이슈 발굴, 경영 의사 결정, 미래 전략 수립 등을 위해 농업 분야에 빅데이터 적용이 필요한 시점이다.

2020년 데이터산업 현황 조사 보고서에 따르면 기업의

빅데이터 도입률은 13.4%이며 전년대비 1.1% 증가하였다. 주로 매출 1000억원 대 이상 기업 위주로 도입률이 증가하고 있으며, 중소기업의 도입률은 전문 인력의 부족, 필요 데이터 부족 등의 이유로 도입률이 저조하다. 최근 이를 개선하기 위해 중소기업의 빅데이터 도입에 대해 다각적 측면에서 연구가 이루어지고 있다. 무엇보다 빅데이터 도입 시 농업관련기업 종사자 관점에서 수용의도를 연구하는 것이 중요하다. 종사자들이 빅데이터에 대해 지속적인 수용의도가 없으면 기업의 성공적인 성과확보에 큰 악영향을 미치기 때문이다. 본 연구에서는 농업관련기업 종사자들이 빅데이터를 수용하는데 기술수용요인들과 혁신성향이 빅데이터 수용과 어떤 상관관계를 가지고 있는가를 조사하고,

* ghryu619@gmail.com

** cmhco@hoseo.edu

실용적 혜택과 경제적 혜택이 매개역할을 하는지에 대해 분석하고자 한다.

II. 연구 배경

2.1. UTAUT

4차산업혁명으로 인하여 다양한 기술들이 여러 분야에 융합됨으로써 폭넓은 분야에서 최근 통합기술수용이론(UTAUT)에 대한 연구가 활발히 진행되고 있다. UTAUT는 Venkatesh et al.(2003)가 TAM이 변수들간의 타당성을 충분히 뒷받침하지 못한 한계를 극복하고자 8개의 선행 모형 TRA, TAM, TPB, MM, IDT, C-TAM-TPB, MPCU, SCT을 통합하여 조직 환경하에서 기술수용의 예측을 높이기 위한 개발된 모형이다(황정선·이홍주, 2017). 정보기술 분야에서 UTAUT 모형과 기존의 8개 모형을 비교한 결과, 기존 8개 모형은 사용자 및 조직에 영향을 미치는 주요 변수들에 대한 설명력이 17~53%로 낮은 편인데 비하여 UTAUT는 약 70% 정도로 설명력이 크게 개선되었다(Venkatesh et al., 2003; 김정석, 2016). UTAUT는 최신 정보기술에 대한 수용의도를 검증하는데 우수한 성과를 보여줌으로써 최근 새로운 정보기술의 수용의도를 검증하는 다수의 연구에서 UTAUT를 채택하여 분석하고 있다(최성수, 2018).

최근의 정보기술 흐름을 반영하여 빅데이터, 클라우드, 블록체인, 웨어러블, 드론 등 새로운 기술들의 이종 도메인에서 수용하고자 할 때 수용의도에 영향을 미치는 요인들을 파악하고 그 요인들 간의 관계를 실증 분석을 통해 탐색하는 흐름이 있다. 빅데이터의 기술도입은 조직차원에서의 도입이기는 하지만 조직 구성원 개별적인 의도 또한 중요하게 고려되어야 하는 요인이다. 이러한 이유로 신수행(2019)은 조직, 개인, 그리고 경영품질 관점에서 기업의 빅데이터 활용의도에 영향을 미치는 핵심요인에 관한 연구에서 조직관점 보다 개인관점이 활용의도에 더 크게 영향을 미친다는 사실을 확인하였다.

2.1.1. 성과기대

성과기대는 선행연구들에서 사용 의도에 가장 큰 영향을 미치는 선행변수라고 하였다(Venkatesh et al., 2003, 2012, 2016; 황정선·이홍주, 2017). 성과기대는 새로운 기술을 사용하고자 하는 의도를 설명하는데 높은 영향력을 미친다고 설명하였다(함상열, 2017; 이호기, 2019). 성과기대는 예전보다 더 나은 서비스를 경험할 수 있다고 믿는 정도라고 정의하였다(윤오준, 2017).

새로운 정보 시스템, 혁신기술을 사용하고자 하는 사람들은 대체로 새로운 기술이 본인의 업무에 얼마나 도움이 되는지, 더 나아가 자신의 삶에 어느 정도 도움이 될까를 의식하게 된다. 이러한 인식이 높아질수록 그 기술을 사용하려는 의도가 높아지게 된다고 정의하였다(Venkatesh et al., 2003, 2012, 2016).

2.1.2. 노력기대

노력기대는 혁신 기술 또는 정보시스템을 이용할 때 쉽게 사용할 수 있는 정도라고 정의한다(Venkatesh et al., 2003).

노력기대는 정보시스템에 대한 이해나 사용에 대한 상대적 어려움의 인지 정도를 의미하여, 사용자들이 정보시스템을 얼마나 쉽게 적용할 수 있는지에 연관되어 있다고 하였다(강선희, 2016; 이태열·허철무, 2019). 새로운 기술에 대한 사용자들이 인지한 노력기대가 사용의도를 설명하는데 높은 영향을 미치는 변수라는 결과를 제시하였다(Moran et al., 2010; Venkatesh et al., 2003, 2012). 선행연구들을 종합해 보면 사용자가 신기술에 대해 사용하기 쉽다고 인지할수록 그 기술에 대한 수용의도가 높아진다고 하였다(Venkatesh et al., 2003, 2012, 2016; Alawan et al., 2018; 김정석·김광용, 2017).

2.1.3. 사회적 영향

사회적 영향은 개인이 특정기술을 이용해야 한다는 주변 사람들의 믿음을 인지하는 정도로 정의된다(Venkatesh et al., 2003, 2012).

사용자가 중요하게 생각하는 주변 사람들이 사용자가 신기술을 사용할 것이라고 믿는 정도가 강할수록 신기술에 대한 도입 의도는 높아진다고 하였다(Venkatesh et al., 2012, 2016; Alalwan et al., 2018; 김기봉, 2018).

2.1.4. 촉진조건

촉진조건은 조직적·기술적 인프라가 해당 기술 이용을 지원하고 있다고 개인이 믿는 정도로 정의되며, 소비자의 행동의도와 이용행동에 영향을 주는 요인으로 고려된다(Venkatesh et al., 2003). 촉진조건은 현재 사용자의 수준 및 환경과 혁신 기술간의 호환성(Compatibility)과 관련된다. 따라서 촉진 조건이 적절하다고 믿을수록 신기술에 대한 저항감이나 부담감을 해소할 수 있으며 이를 통해 신기술 이용의도에 대해 긍정적인 영향을 미치는 것으로 의미한다(손현정 외, 2014; Escobar-Rodriguez & Carvajal-Truillo, 2013; Venkatesh et al., 2012)

2.2. 혁신성향

혁신성향이란 소비자 행동 연구 분야에서 새로운 아이디어에 수용적이면서 다른 사람과의 경험과는 독립적으로 혁신 결정을 내리는 정도로 정의하였다(Midgley & Dowling, 1978). 이후 정보기술 분야로 확대되어 개인이 새로운 정보기술을 이용하고자 하는 의지로 정의되었다(Agarwal & Prasad, 1998).

이영란(2016)은 혁신성향이란 혁신 확산 및 기술 수용 요인 연구에 있어서 오랫동안 사용되어 온 전형적인 개인 특성 변수라고 하였다. 따라서 혁신 성향이 높은 사람들은 새로운 혁신을 적극적으로 수용하고 시험해보며, 의사 결정과정에서 사회적 영향을 덜 받는다. 문현필·옥석재(2005)는 개인 혁신성향 모바일 서비스 사용의도에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

Hirschman(1980)은 개인이 새로운 기술을 추구하는 열의라고 하였다. 새로운 기술을 접하고 경험하는데 주저함이 없는 개인의 의향이라고 정의하였다(Slade et al., 2015).

선행연구 고찰을 통해 혁신성향은 자기 효능감과 새로운 추구 성향으로 측정될 수 있으며 혁신성향이 높을수록 신 기술 수용에 긍정적인 영향을 미치는 결과를 확인할 수 있었다.

2.3. 경제적 혜택

혜택이란 사용자가 얻고자 하는 이득을 기반으로 기술, 서비스를 선택한다는 행위에 기초한 개념이다(Haley, 1986; Gutman 1982). 서비스 분야의 연구에서는 개인이 지각하는 혜택을 경제적 혜택, 사회적 혜택, 심리적 혜택, 고객화 혜택 등 4가지로 분류하였다(Gwinner et al., 1998).

경제적 혜택은 할인이나 가격 파괴같은 금전적인 혜택을 부여함으로써 기업과 고객간에 오랜 기간 관계가 유지된다고 설명하였다(Gwinner et al., 1998; Kim, 2017).

Peterson(1995)는 소비자들이 지속적인 관계를 유지하려고 하는 것은 금전적으로 보상을 받기를 바라며 만약 경제적인 이익을 얻지 못하는 경우에는 즉각적으로 서비스의 제공자들을 바꿔 버릴 수 있다고 하였다. Klemper(1987)는 고객들이 기업체 관계 유지를 통해서 받을 수 있는 비금전적 경제적 혜택이 있다는 것을 명시하였고, 고객이 서비스 제공자를 바꾸려 할 때 수반되는 학습의 비용을 줄일 수 있다고 언급하였다. 사용자들이 직접적으로 인식하고 있는 경제적인 혜택뿐만 아니라 기술을 학습하는데 필요한 기간과 같은 비자금적인 경제적 혜택을 통해서도 기업 또는 기

술과 사용자 간 오랜 기간을 유지하게 되는 요인들로 파악할 수 있다(신용두, 2011).

고형석(2019)은 기업의 빅데이터 활용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구에서 경제적 이익은 빅데이터 도입으로 인해 예상되는 효과를 인지하는 정도라고 말한다.

2.4. 실용적 혜택

소비자에게 어떤 수단을 제공함으로써 발생하는 것이 실용적 혜택이라고 정의하였다(Hirschman & Holbrook, 1982). 실용적 혜택은 도구적(Instrumental), 기능적(functional), 인지적(cognitive)인 측면으로 소비자에게 가치를 제공하는 특성을 가지며(Chandon et al., 2000) 소비자에게 직접적으로 돌아가는 혜택이라고 언급하였다(Gupta, 1998).

소비자에게 주어진 실용적 혜택의 속성이 자기 목표와 양립할 때 서비스나 시스템에 대해 좀 더 주의를 많이 기울일 것이며 소비자는 이에 대해 많은 생각을 할 수 있고, 이런 태도가 지속하게 된다(Haugtvedt & Petty, 1992). 고객에게 주어지는 혜택의 크기가 작더라도 직접적이라도 도움이 된다면 긍정적인 태도가 형성되고 제품에 대한 실용성이 증가된다고 하였다(허의두, 2011).

2.5. 수용의도

수용의도는 사용자가 특정 목적을 달성하기 위하여 특정한 도구, 기술, 시스템 등을 이용하고자 하는 결의를 의미하는 것으로, 소비자의 사용행동에 직접적인 영향을 미치며, 미래 행동을 예측하기 위한 중요한 요소이다(Fishbein & Ajzen, 1975).

Venkatesh et al.(2003)는 사용자의 새로운 기술 수용에 대한 기존 기술 수용 모형의 한계를 극복하고자 개발한 UTAUT 모형에서 수용의도는 정보시스템을 ‘사용할 의향’, ‘사용할 것으로 예상’, ‘사용할 계획’으로 정의하고 측정하였다.

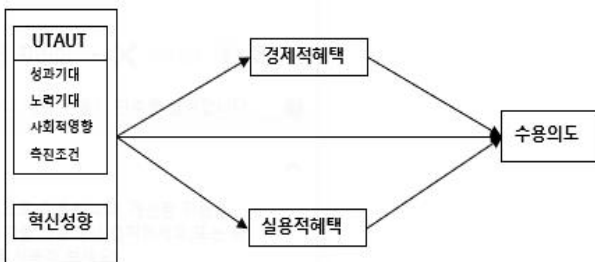
계획된 미래 행동의 개념으로 태도와 신념이 행위로 옮겨질 주관적 가능성 또는 확률을 의도라고 정의하며, 일반적인 제품 구매와 연관된 연구뿐만 아니라 다양한 정보기술 수용에 대한 연구에서 미래의 행동을 예측하고 결정해주는 중요한 선행변수를 수용의도라고 한다(한병재, 2018). 데이터 관련 선행연구 조사에서 데이터 활용의도를 기업에서 빅데이터를 직무에 활용하고자 하는 의도와 노력이라고 말했으며(박귀희, 2016), 빅데이터를 이용할 의도나 추천의사가 있는 정도라고 정의하였다(윤수영, 2017).

III. 연구방법

3.1. 가설설정 및 연구모형

기업에게 빅데이터는 선택이 아닌 필수이며, 많은 기업들이 다양한 분야에서 빅데이터를 활용하기 위한 연구들이 다수 진행되고 있다.

조직 차원에서 수용의도에 관한 연구는 많이 이루어졌으나, 조직 구성원들의 수용의도에 대한 연구는 아직 부족한 실정이다. 초기 기술수용이 중요한 성공지표 일지라도 해당 기술의 수용이 지속되지 못한다면 궁극적으로 성공할 수 없기 때문이다(Fosso et al., 2015). 농산업 분야 현업 종사자들의 빅데이터 수용의도에 영향을 미치는 요인들에 대해 규명하고 매개변수의 효과를 검증하는 연구들이 수행되고 있지만 아직 부족한 실정이다. 또한 지속적인 활용 의도에 관해 연구하는 것도 필요하다. 따라서 본 연구에서는 UTAUT와 혁신 성향이 빅데이터 수용의도 영향을 미칠 것이라는 인과 관계를 검증하고, 경제적 혜택과 실용적 혜택의 매개효과를 확인하기 위해 연구모형을 <그림 1>과 같이 구성하였다.



<그림 1> 연구모형

본 연구의 가설은 다음과 같다.

가설 H1: UTAUT는 경제적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 1.1: UTAUT의 성과기대는 경제적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1.2: UTAUT의 노력기대는 경제적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1.3: UTAUT의 사회적영향은 경제적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1.4: UTAUT의 촉진조건은 경제적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H2: 혁신성향은 경제적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H3: UTAUT는 실용적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 3.1: UTAUT의 성과기대는 실용적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 3.2: UTAUT의 노력기대는 실용적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 3.3: UTAUT의 사회적영향은 실용적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 3.4: UTAUT의 촉진조건은 실용적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H4: 혁신성향은 실용적 혜택에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H5: 경제적 혜택은 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H6: 실용적 혜택은 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H7: 경제적 혜택은 UTAUT와 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.

- 7.1: 경제적 혜택은 UTAUT의 성과기대와 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.
- 7.2: 경제적 혜택은 UTAUT의 노력기대와 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.
- 7.3: 경제적 혜택은 UTAUT의 사회적영향과 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.
- 7.4: 경제적 혜택은 UTAUT의 촉진조건과 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.

가설 H8: 경제적 혜택은 혁신성향과 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.

가설 H9: 실용적 혜택은 UTAUT와 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.

- 9.1: 실용적 혜택은 UTAUT의 성과기대와 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.

- 9.2: 실용적 혜택은 UTAUT의 노력기대와 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.
- 9.3: 실용적 혜택은 UTAUT의 사회적영향과 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.
- 9.4: 실용적 혜택은 UTAUT의 촉진조건과 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다

가설 H10: 실용적 혜택은 혁신성향과 수용의도 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.

가설 H11: UTAUT는 수용의도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

- 11.1: UTAUT의 성과기대는 수용의도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- 11.2: UTAUT의 노력기대는 수용의도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- 11.3: UTAUT의 사회적영향은 수용의도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.
- 11.4: UTAUT의 촉진조건은 수용의도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 H12: 혁신성향은 수용의도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

3.2. 연구대상 및 다중 회귀 분석

본 연구는 전국에 거주하는 농업 관련 기업 종사자들을 주 대상으로 선정하여 자료를 수집할 예정이다. 설문조사는 참고문헌과 선행연구 고찰을 토대로 설문 항목을 추출하고 연구목적에 따라 수정하여 설문지를 작성하였다. 수집된 자료의 통계분석은 SPSS v23과 Process Macro를 사용한다. 조사대상의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석(Frequency analysis)를 수행하며, 측정 도구의 정확성을 파악하기 위한 타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory for analysis)을 수행하고, Chronbach's alpha 계수를 이용한 신뢰도 분석(reliability analysis)으로 측정변수의 일관성을 확인한다. UTAUT, 혁신성향 요인과 농업 빅데이터 수용의도 간의 관계에서 경제적 혜택, 실용적 혜택의 이중 병렬 매개 영향을 분석하기 위해 Process macro v3.5의 model 4를 이용하여 추정된 총효과, 직접효과, 간접효과를 검증할 예정이다.

참고문헌

고형석(2019). 기업의 빅데이터 활용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 박사학위 논문, 숭실대학교.

강선희(2016). 통합기술수용이론(UTAUT)을 기반으로 간편결제 서비스 수용의도와 이용에 관한 연구. 혁신저항의 조절효과를 중심으로 박사학위논문, 부경대학교.

김정석(2016). 블록체인 기술 수용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 박사학위 논문, 숭실대학교.

김정석·김광용(2017), 블록 체인 기술 수용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 한국 IT서비스 학회지, 16(2), 1-20.

박귀희(2016). 행정서비스에서 빅데이터 활용의 결정요인에 관한 연구. 데이터 품질관리를 중심으로. 박사학위논문, 계명대학교.

신용두(2011). 특급호텔 고객의 지각된 서비스 가치, 관계혜택관계 요인과 행동 의도의 관계분석, 박사학위논문, 경원대학교 대학원.

신수행(2019). 조직, 개인 그리고 경영품질 관점에서 기업의 빅데이터 활용의도에 영향을 미치는 핵심요인에 관한 연구. 박사학위 논문, 전남대학교.

손현정·이상원·조문희(2014). 대학생의 웨어러블 디바이스 사용의도에 영향을 미치는 요인: UTAUT2 모델의 응용. 한국 언론정보학보, 68(4), 7-33.

이영란(2016). O2O 플랫폼 특성요인이 사용의도에 미치는 영향에 관한 실증 연구: 선호도의 매개효과와 혁신성향의 조절효과 중심으로, 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.

이태열·허철무(2019). ICT 융합기술 수용요인이 농업분야의 수용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 혁신저항의 조절효과를 중심으로. 디지털융복합연구, 17(9), 115-126.

이호기·한문성(2019). 인터넷전문은행 이용의도에 관한 실증적 연구, 통합기술수용이론(UTAUT)을 이용하여. 상업교육연구, 33(1), 59-87.

이홍제(2018). 정보보호 도입의도에 영향을 미치는 요인에 대한 연구, 박사학위논문, 숭실대학교.

윤수영(2017). 사이버위협 정보공유시스템 확산에 영향을 미치는 핵심요인에 관한 연구. 박사학위논문, 숭실대학교.

윤오준(2017). 사이버위협 정보공유시스템 확산에 영향을 미치는 핵심요인에 관한 연구. 박사학위논문, 숭실대학교.

문현필·옥석재(2005). 모바일서비스 사용의 영향 요인에 관한 연구. 정보시스템연구, 14(2), 133-154.

최성수(2018). 드론 배송 서비스 사용 의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 박사학위논문, 숭실대학교.

한병재(2018). 동적역량 및 기업가지향성이 빅데이터 활용의도에 미치는 영향에 관한 실증연구. 박사학위논문, 호서대학교 대학원.

함상열(2017). 핀테크 서비스 수용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 박사학위논문, 숭실대학교대학원.

황정선·이홍주(2017). 메타분석을 활용한 통합기술수용모형의 개선 연구: KCI 등재 논문 분석을 중심으로. 한국빅데이터 학회지, 2(2), 47-56.

허의두(2011). 항공사 프로모션 혜택에 대한 고객 선호도 분석 연구. 석사학위논문, 한국항공대학교.

Agarwal, R., & Prasad, J.(1998). A conceptual and

- operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204-215.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R.(2018). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 125-138.
- Chandon, P., Wansink, B., & Laurent, G.(2000). A Benefit Congruency Framework of Sales Promotion Effectiveness. *Journal of Marketing*, 64(4), 65-81.
- Escobar-Rodriguez, T., & Carvajal-Trujillo, E.(2013). Perceived usefulness, ease of use, and the user acceptance of information technology. *Journal of Air Transport Management*, 32, 58-64.
- Fosso, W. S., Akter, S., Edwards, A., Chopin, G., & Gnanzou, D.(2015). How Big Data can make impact : findings from a systematic review and a longitudinal case study. *International Journal of Production Economics*, 165(3), 234-246.
- Gupta, S.(1988), Impact of Sales Promotion on When, What, and How much to Buy, *Journal of Marketing Research*, 25(11), 342-355.
- Gwinner, K. P., Gremler, D. D., & Bitner, M. J.(1998). Relational benefits in service industries: The customer's perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(2), 106-107.
- Gutman, J.(1982). A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of Marketing*, 46(2), 60-72.
- Haley, R. I.(1968). Benefit segmentation, A decision-oriented research tool. *Journal of Marketing*, 32(3), 30-35.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B.(1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92-101.
- Klemperer, P.(1987). Markets with consumer switching costs, Quarterly. *Journal of Economics*. 102(5), 375-394.
- Midgley, D. F., & Dowling, G. R.(1978). Innovativeness: The concept and its measurement. *Journal of Consumer Research*, 4(4), 229-242.
- Kim, M. J.(2017). *A Study on the Continuance Intention of Delivery Application Service in the Food Industry: Based on Integrated Perspective of Value-Based Adoption Model and Resistance Factors*. Doctoral dissertation. Kyunghee University.
- Moran, M., Hawkes, M., & Gayer O.(2010). Tablet personal computer integration in higher education:Applying the unified theory of acceptance and use technology model to understand and supporting factors. *Journal of Educational and Computing Research*, 42(1), 79-101.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Haugtvedt, C. P.(1992). *Ego-involvement and persuasion: An appreciative look at the Sheriffs contribution. Chapter in D. Granberg and G. Sarup(Eds.) Social Judgment and Intergroup Relations: Essay in Honor of Muzafherif*. New York: Springer-Verlag.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D.(2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X.(2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 158-178.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X.(2016). Unified Theory of acceptance and use of technology: A Synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328-376.