

정보기술 수용에 관한 실증적 연구 : 영화관 웹사이트를 중심으로*

김종원** · 정석찬*** · 김은정****

<목 차>

I. 서론	IV. 실증 분석
II. 이론적 배경 및 선행 연구	4.1 자료수집 및 표본특성
2.1 기술수용모델(TAM)	4.2 신뢰성 및 타당성 분석
2.2 동기이론	4.3 연구가설 검증
2.3 영화관 웹사이트	V. 결론
III. 연구 설계	참고문헌
3.1 연구모형 및 가설설정	Abstract
3.2 변수의 조작화	

I. 서론

최근 소형화, 고성능화, 저렴화의 방향으로 이루어지는 정보기술의 획기적인 발전은 개인이나 조직으로 하여금 다양한 정보기술을 선택적으로 수용하거나 사용할 수 있게 한다. 이러한 흐름에 부응하여 1990년대 이후 많은 정보시스템의 연구자들과 실무자들은 정보기술의 수용과 사용에 관한 연구와 관심을 지속적으로 가져왔다. 그 이유 중에 하나는 조직이 많은 노력

과 투자를 통해 유용한 시스템을 개발하였다 하더라도 조직 내·외의 사용자들이 그 시스템을 수용하지 않거나 사용하지 않는다면 그 투자와 노력이 헛되기 때문이다. 이와 관련된 이론들 중에서 Davis(1989)가 제안한 기술수용모델(Technology Acceptance Model: TAM)과 동기이론(motivation theory)은 국내외 연구자들에게 이론적 근거로서 많이 받아들여지고 있다. TAM은 개인이 자발적으로 새로운 정보기술을 수용함에 있어 개인의 태도 및 이용의도에 가장 주

* 본 연구는 2007년도 동의대학교 교내연구비(과제번호: 2007AA079)에 의해 조성되었음

** 동의대학교 경영정보학과 부교수, jokim@deu.ac.kr

*** 동의대학교 e비즈니스학과 부교수, scjeong@deu.ac.kr

**** 동의대학교 대학원 경영정보·e비즈니스 전공 박사과정, ejkimhani@naver.com

요한 영향력을 미치는 요인으로 지각된 유용성과 지각된 사용 용이성이라는 두 가지 신념변수로 구성되어 있으며, Davis(1989)가 TAM을 소개한 이후 대부분의 연구자들은 두 가지 신념변수인 지각된 유용성과 지각된 사용 용이성에 영향을 주는 선행요인들을 조사하거나 혹은 기본적인 TAM 모형을 수정 및 확장한 연구를 수행하였다(김종원, 2002; 이동만 외 2인, 2002; 이원준 외 3인, 2004; Venkatesh and Davis, 2000). 이러한 연구들에 의하면 지각된 유용성(perceived usefulness)은 사용자가 특정한 시스템을 사용함으로써 자신의 업무 성과를 향상시킬 것이라고 믿는 정도를 의미하며, 업무 성과의 개선, 업무의 질 향상, 업무 속도의 개선, 생산성 향상, 효과성 향상, 업무의 용이함 등으로 구체화 된다. 반면 지각된 사용 용이성(perceived ease of use)은 사용자가 특정 시스템을 이용함에 있어 많은 노력과 시간을 할애하지 않아도 쉽게 이용할 수 있다는 개인의 기대 정도를 의미하며, 사용하기 쉬움, 배우기 쉬움, 이해하기 쉬움, 원하는 것을 얻기 쉬움, 속달의 용이함 등으로 구체화 된다.

동기이론은 개인의 특정 행위를 설명하기 위한 조직이론으로, 정보시스템 분야에서는 개인의 정보기술 수용 행위를 설명하는데 이용되고 있다. 이 이론에 의하면 개인의 행위는 일반적으로 내재적 동기요인과 외재적 동기요인에 의하여 유발된다. 내재적 동기(intrinsic motivation) 요인은 즐거움, 재미, 만족감, 성취감 등을 들 수 있으며 개인들은 어떤 일을 수행함에 이러한 요인들로 인해 자발적으로 업무를 수행하며, 외재적 동기(extrinsic motivation) 요인은 내재적 동기요인과 달리 봉급의 인상, 승진 등과 같은 외부의 보상에 의해 개인들의 행동이 유발되는 것으로

알려져 있다(최훈 · 김진우, 2006; Davis et al., 1992; Venkatesh and Brown, 2001). 개인의 컴퓨터 사용의도를 동기이론으로 살펴본 Davis et al.(1992)은 지각된 유용성을 외재적 동기요인으로, 지각된 즐거움을 내재적 동기요인으로 정의하고, 이러한 요인들이 컴퓨터의 사용의도에 어떠한 영향을 미치는지를 조사하였다. 그들은 이 연구에서 사용자의 컴퓨터 사용의도는 지각된 유용성에 의해 주로 영향을 받지만, 컴퓨터를 사용함으로써 경험하는 즐거움에 의해 부가적으로 영향을 받는다는 결과를 제시하였다. 그리고 Venkatesh and Brown(2001)은 가정에서의 개인용 컴퓨터 수용에 대한 연구에서 내재적 동기인 유희적 요인이 초기 수용자에게 영향을 끼치는 반면, 외재적 동기인 실용적 요인은 주로 후기 수용자에게 영향을 끼친다는 사실을 찾아냈다.

한편, Hsu and Lu(2004)는 사용자가 정보기술을 수용함에 있어 정보기술이 업무 지향형(task-oriented)이나 혹은 엔터테인먼트 지향형(entertainment-oriented)이나에 따라 차이가 있다고 주장하였다. 사용자가 업무 지향형의 정보기술을 수용하는 주요목적은 업무효율성이나 생산성의 향상인 반면, 엔터테인먼트 지향형의 정보기술의 경우에는 여가 또는 즐거움을 위하여 이용한다는 것이다. 그들은 이러한 주장에 근거하여 업무 지향형 정보기술의 사용은 TAM이 강조하는 지각된 유용성과 사용 용이성에 영향을 받지만, 엔터테인먼트 지향형 정보기술의 사용은 내재적 동기 요인인 플로우 경험에 영향을 받는다는 것을 검증하였다.

대부분의 선행연구들은 실용적인 측면을 강조하는 업무 지향형 정보기술을 대상으로 하였거나, 혹은 쾌락적인 면을 강조하는 엔터테인먼트

트 지향적인 정보기술을 대상으로 지각된 유용성, 지각된 사용 용이성, 지각된 즐거움의 관계를 살펴봄으로써 이러한 신념변수들의 상대적 중요성이 해당 정보시스템의 특성에 따라 달리 나타났을 수 있다. 이에 본 연구는 통합적인 성격을 지닌 정보기술을 대상으로 지각된 유용성, 지각된 사용 용이성, 지각된 즐거움의 관계를 살펴보고자 한다. 즉, 본 연구는 TAM과 동기이론의 이론적 근거와 이와 관련된 선행연구들을 토대로 업무 지향적인 성격과 엔터테인먼트 지향적인 성격을 동시에 지닌 영화관 웹 사이트를 대상으로 지각된 즐거움, 지각된 사용 용이성, 지각된 유용성, 사용의도의 관계를 살펴본다. 영화관 웹사이트의 사용자는 일반적으로 영화 예매와 같은 실용적(utilitarian) 정보와 영화에 관한 전반적인 쾌락적(hedonic) 정보를 얻기 위하여 이용하는 정보기술이라는 점에서 이러한 관계를 살펴보는 데 적합하다고 할 수 있다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. II장에서는 본 연구의 이론적 근거가 되는 기술수용모델, 동기이론, 국내 영화관 웹사이트가 제공하는 정보현황을 살펴보고, III장에서는 연구 모형과 가설들을 제시하고, IV장에서는 자료 분석과 구조 방정식모형을 이용하여 가설들을 검증하고, V장에서는 결과 해석과 그 결과를 요약하고 이를 근거로 연구의 시사점과 한계점을 논의한다.

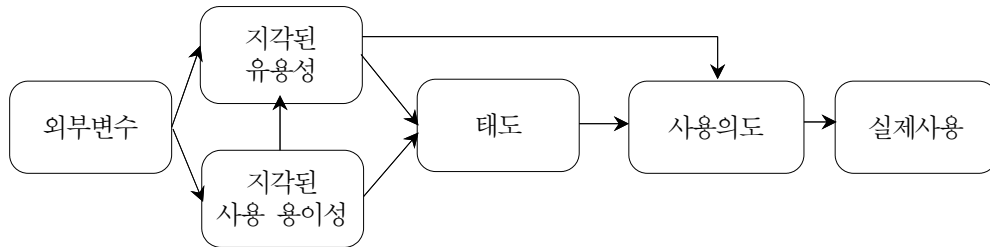
II. 이론적 배경 및 선행 연구

2.1 기술수용모델(TAM)

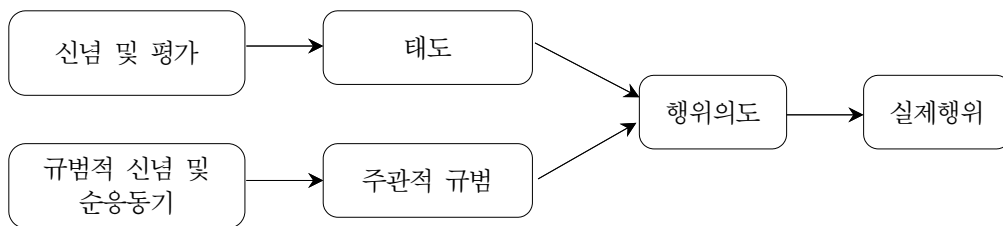
Davis(1985)가 자신의 MIT 박사학위 논문에

TAM을 소개한 이후, TAM은 사용자의 정보기술 수용 행위에 관한 이론으로 국내외 학계에 20년 이상 많은 지지를 받고 있다. TAM은 Fishbein and Ajzen(1975)이 제안한 합리적 행동이론(Theory of Reasoned Action: TRA)을 기초로 하고 있다. TRA에 따르면, 개인의 행위는 그 행위를 수행하고자 하는 의도에 영향을 받으며, 그 행위 의도는 행위에 대한 개인의 태도와 주관적 규범에 의해 영향을 동시에 받으며, 태도와 주관적 규범은 각각 개인의 신념과 평가, 규범적 신념과 순응동기에 의해 영향을 받는다(<그림 1>).

Davis(1989)는 자기효능이론(self-efficacy theory)과 혁신확산이론(diffusion of innovation)을 근거로 지각된 유용성과 지각된 사용 용이성의 신념변수들을 도출하였으며, 이러한 변수들과 TRA의 태도-행위의도-행위의 관계를 살펴보는 TAM 이론을 체계화 하였다. 즉 그가 제시한 <그림 2>의 TAM을 살펴보면, 지각된 유용성은 태도와 사용(행위)의도에 직접적으로 영향을 미치고, 또한 이것은 태도를 통해 간접적으로 사용의도에 영향을 미치며, 이는 다시 실제 사용에 영향을 미친다는 것을 보여주고 있다. 또한 지각된 사용 용이성은 지각된 유용성을 통해서 간접적으로 태도, 사용의도 및 실제 사용에 영향을 미친다는 것이 기본적 가정이다. 따라서 개인의 정보기술 수용 행위를 설명하는 TAM은 지각된 유용성과 지각된 사용 용이성이라는 개인의 신념변수들에 초점을 두고 있음을 알 수 있다. 이러한 내용을 토대로 TAM의 선행연구들은 연구영역만 다르게 하여 TAM을 동일하게 반복한 연구, TAM을 다른 이론과 비교하여 TAM의 우월성을 입증한 연구, TAM을 확장하



<그림 1> 기술수용모델(TAM)



<그림 2> 합리적 행동이론(TRA)

여 외생변수를 탐색한 연구, 종속변수를 확장한 연구 등으로 나누어지며, 이러한 연구들의 대부분은 TAM의 기본적 가정을 지지하는 결과를 보였다(Chau and Hu, 2001; Chen et al., 2002; Davis et al., 1989; Moon and Kim, 2001). 이러한 연구결과들로 인하여 오늘날 TAM은 개인 수준에서 정보기술 수용 과정을 설명하는 일반화된 이론으로 인정받고 있는 상황이다.

2.2 동기이론

조직 및 개인의 행동에 관심이 많은 조직행위 연구자들은 개인의 행위를 설명하기 위한 이론으로 동기이론을 제시하고 있다(Deci, 1975; Ryan and Deci, 2000, Lee et al., 2005). 이 이론의 근간은 인간이 가지고 있는 욕구를 자극하여 어떤 행위를 유도하기 위한 것으로, Maslow의 인간욕구단계에 따른 동기부여이론, Herzberg의 두 요인이론(two-factor theory), Vroom의 기대이론(expectancy theory), Adams의 형평이론(equity theory) 등이 대표적이다(지호준, 2007). 이들 선행연구에 의하면 각 개인의 행위는 그 행위의 목적과 이유에 따라 이루어지며, 그 구체적인 행위 동기를 외재적 동기와 내재적 동기로 구분하였다. 외재적 동기는 외부로부터 얻게 되는 가치와 이익에 의해 개인의 행위가 이루어지며, 과정보다는 행위 결과에 초점을 맞추는 반면, 내재적 동기는 특정한 일을 수행하는 과정에서 느끼는 기쁨, 즐거움, 재미 등을 체험하기 위하여 개인의 행위가 이루어진다고 보고 있다.

MIS 분야의 연구자들은 개인의 컴퓨터 사용을 개인의 특정 행위로 보고, 이 이론을 개인의 정보기술 수용에 관한 이론적 근거로 이용하고 있다(구동모, 2003; 서창교·성석주, 2004; 이용규·이승현, 2005; Childers et al., 2001; Koufaris, 2002; Teo et al., 1999). 즉 정보시스템 연구자들은 외재적 동기가 업무성과의 향상, 봉급의 인상, 승진 등과 같은 행위 결과로부터 얻게 되는

혜택(benefits)을 고려하여 개인의 행위가 이루어진다는 관점이기 때문에 이러한 동기를 TAM에서 정의하고 있는 지각된 유용성으로 대체하고, 또한 내재적 동기가 활동을 수행하는 과정에서 느끼는 개인의 재미나 만족 등과 관련되어 있으므로 이를 지각된 즐거움으로 대체하여 개인의 정보기술 수용 연구들을 수행하였다. 예를 들면, Teo et al.(1999)은 인터넷 사용을 내재적 동기(지각된 즐거움)와 외재적 동기(지각된 유용성)에 초점을 두어 살펴보았는데, 지각된 유용성, 지각된 사용 용이성, 지각된 즐거움이 인터넷 사용에 직접적인 영향을 미쳤으며, 또한 지각된 사용 용이성이 지각된 유용성과 지각된 즐거움을 통해 인터넷 사용에 간접적으로 영향을 주었다는 연구결과를 얻었다. Childers et al.(2001)은 소비자의 온라인 쇼핑행위에 대한 연구에서 사용자의 태도에 영향을 미치는 중요한 요인으로 지각된 유용성과 지각된 사용 용이성 등의 실용적 동기요인뿐만 아니라 온라인 쇼핑에서 느끼는 지각된 즐거움이나 재미 등과 같은 쾌락적 동기요인도 중요하다는 결과를 얻었다. Koufaris(2002)는 온라인 상점을 대상으로 한 연구에서 지각된 유용성뿐만 아니라 쇼핑 경험의 즐거움도 소비자의 재방문 의도에 영향을 준다는 연구결과를 제시하였다. 또한, 구동모(2003)는 조직 내에서 사용되는 정보시스템과는 달리 인터넷 쇼핑과 같은 개인 차원의 정보기술의 수용은 개인의 내적 동기가 중요한 역할을 한다고 주장하였다. 서창교와 성석주(2004)는 인터넷 쇼핑물의 사용의도에 관한 연구에서 지각된 사용 용이성이 지각된 유용성과 지각된 즐거움에 유의한 영향을 미치며, 또한 지각된 사용 용이성, 지각된 유용성, 지각된 즐거움이 인

터넷 쇼핑물 사용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 얻었다. 그들은 이러한 결과를 토대로 쇼핑성과를 향상시키는 지각된 유용성이 사용의도를 결정하는 중요한 요인이지만, 쇼핑 활동을 수행하는 과정에서 느끼는 지각된 즐거움도 쇼핑물 사용의도에 큰 영향을 미치는 요인이라고 주장하였다. 최근에 이응규와 이승현(2005)은 미니홈피 사용자를 대상으로 외재적 동기인 지각된 유용성과 내재적 동기인 지각된 놀이성이 미니홈피 사용의도에 중요한 선행변수라는 연구 결과를 얻었으며, 특히 지각된 놀이성이 지각된 유용성보다 사용의도에 더 많은 영향을 미치는 요인임을 제시하였다.

이와 같이 정보기술 수용에 관한 동기이론의 연구 결과들을 종합해보면, 사용자의 지각된 유용성과 같은 외재적 동기요인과 지각된 즐거움과 같은 내재적 동기요인이 중요한 요인임을 알 수 있다. 따라서 영화관 웹사이트의 수용여부는 개인이 인터넷을 이용하여 자발적인 참여로 이루어진다는 점에서 개인의 내재적 동기인 지각된 즐거움과 외재적 동기인 지각된 유용성을 동시에 고려하는 것이 필요하다고 할 수 있다.

2.3 영화관 웹사이트

국내영화관의 변천과정을 살펴보면 1898년 활동사진이 국내에 소개되었고, 1946년에 영화를 전문으로 상영하는 영화관인 국도극장이 건립되었다. 그리고 1987년 200석 규모의 상영관을 증축한 씨네하우스가 복수의 스크린을 도입하여 우리나라 최초의 복합 영화관이 되었으며, 그 이후 1998년 강변 CGV 11이 국내 최초의 멀티플렉스 영화관 형태를 갖추었다(김진호,

<표 1> 연도별 스크린수 현황 및 총 관람객 현황

구분	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
극장수	497	507	373	373	344	309	280	202	301
스크린수	497	507	388	720	818	977	1,132	1,451	1,648
총관객(십만)	475	502	547	617	894	1,051	1,195	1,351	1,455

자료 : 영화진흥위원회 (<http://www.kofic.or.kr/>)

2004).

멀티플렉스(Multiplex) 영화관이란 초기에는 단순히 스크린의 수가 많다는 멀티스크린의 의미였으나, 현재는 여러 개의 스크린(Multi-screen), 다양한 서비스(Multi-service), 다양한 오락(Multi-entertainment) 등 3M이 갖춰져야 멀티플렉스 영화관이라 말하게 되었다(김경, 2000). 멀티플렉스 영화관이 백화점, 쇼핑센터 등 상권이 발달한 지역에 위치하고 있다는 점에서는 기존의 영화관과 큰 차별성을 찾을 수 없으나 멀티플렉스 영화관 자체가 다수의 스크린을 확보하고, 자체 내 전자오락실, 식음료 매장 등을 통해 상권 내 방문객의 증대를 가져온다는 점에서 기존 상권을 더욱 확대시키는 효과를 가지고 있다. 신삼호(2005)의 연구에 의하면, 멀티플렉스 영화관

의 도입이 정보검색의 불필요성, 다양한 욕구 충족, 시간 활용성 증대 등의 긍정적인 효과가 있는 반면, 관객 수는 한정되어 있는데 기하급수적으로 스크린 수만 증가하여 초과공급의 문제와 소형극장의 빈곤화, 흥행영화를 한꺼번에 여러 스크린에서 보여줌으로 인해 대작 영화중심으로 운영되어 영화산업의 불균형을 초래하고, 대규모 투자비용 회수의 어려움 등의 부정적인 영향도 발생하였다고 한다.

기존 극장의 멀티플렉스화는 1999년에 극장당 스크린 수 1.6개부터 시작되어 2005년에는 5.5개까지 가속화되고 있다. 1999년 이후 멀티플렉스 심화에 의해 2005년 전국 영화관의 40.5%가 7개 이상의 스크린을 보유하고 있으며, 멀티플렉스 극장의 48.36%가 서울 경기 지

<표 2> 영화관 사이트 순위

	CGV	롯데시네마	메가박스	프리머스
전체순위 ¹⁾	139	344	420	965
분야점유율 ²⁾	48.56%	16.53%	13.42%	5.31%

랭키닷컴 2007년 8월 1일 현재

- 1) 분야에 상관없이 랭키닷컴에서 발표하는 모든 사이트 간의 순위. 랭키에 등록이 되어 있지 않더라도 전체 패널 중 한 명 이상의 사용자가 한번 이상 방문한 사이트 중 유효 범위 내 사이트는 URL을 기준으로 전체순위가 부여 됨
- 2) 분야 내 사이트 중 시간당 방문자수 점유율. 분야 내 전체 사이트의 시간당 방문자 수를 100%으로 가정했을 때 해당 웹사이트의 시간당 방문자수가 차지하는 비율

역을 중심으로 급속하게 확산되고 있다. 영화관람 공간이 새롭게 변화하기 시작한 1998년 이후 2005년까지 영화 관람객 수가 3배 가깝게 증가하였다. 쾌적한 멀티플렉스의 등장으로 20대 중심의 영화 관람층을 20~50대로 확대했으며, 특히 가족단위 관람객 증가에 크게 기여하였다(<표 1> 참고). 멀티플렉스화에 힘입어 국내 영화 관람객수가 지속적으로 성장함에 따라 2000년대 초반부터 국내 영화관에서 웹사이트 예매서비스를 실시하였다. 2006년 영화관객 성향조사⁴⁾에 따른 입장권 구입방법을 살펴보면 당일 극장에서 구입하는 비율이 54%, 인터넷을 통한 예매비율이 38.5%로 나타났다.

한편, 웹사이트의 전체 이용순위와 분야별 점유율을 발표하는 랭키닷컴(www. rankey.com)에 의하면 국내 멀티플렉스 영화관 웹사이트의 이용 현황은 <표 2>와 같다. 이 조사결과에 의하면, 영화 관람객의 대부분(약 84%)은 CGV, 롯데시네마, 메가박스, 프리머스 등 4개의 웹사이트를 이용하는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 토대로 본 연구는 4개의 영화관 사이트에서 제공하는 콘텐츠를 중심으로 <표 3>과 같이 영화정보, 예매정보, 극장정보, 이벤트, 멤버십, 고객센터, 기타 등으로 분류하여 분석하였다. <표 3>에서 보는 바와 같이, 각 영화관 웹사이트들은 사용자들에게 영화정보, 예매정보, 극장정보 등 유용한 정보를 제공하고 있으며, 이벤트와 동영상, 매거진, 영화뉴스 등 즐거움을 줄 수 있는 서비스도 제공하고 있다. 또한 영화 관람객이 보다 편리하게 사용할 수 있도록 빠른 예매, 선호 영화관, 선호 장르 등의 개

인화 서비스를 제공하고 있다. 구체적으로, ‘영화정보’ 부분을 살펴보면, CGV와 롯데시네마가 박스오피스, 현재상영작, 상영예정작, 예고편 등에 관한 정보를 동시에 제공하고 있으며, CGV는 지난상영작, 포스터/월페이퍼, 매거진을, 롯데시네마는 제작중인 영화, 영화뉴스, 개봉작리뷰 등 흥미 있고 다양한 정보를 제공하고 있다. 이와 달리 메가박스와 프리머스는 상대적으로 한정된 정보를 제공하고 있음을 알 수 있다. ‘예매정보’ 부분에서는 CGV가 다른 영화관 웹사이트보다 가장 많은 정보를 제공하고 있으며, 특히 내 카드 할인 금액보기와 상품권 안내 등 경제적 혜택을 줄 수 있는 다양한 결제수단을 제공하고 있다. 또한, ‘극장정보’ 부분에서도 CGV는 영화관 주변의 식음료 매장과 놀이 공간에 관한 정보와 포인트샵과 포인트 경매를 통해서 포인트를 활용할 수 있으며, 특별관에 관련된 정보도 제공하고 있어 다른 영화관들에 비해 다채로운 정보를 제공하고 있음을 알 수 있다. ‘이벤트’ 부분의 경우 4개의 영화관 웹사이트가 비슷한 정보를 제공하고 있으나, CGV의 경우 개봉영화의 주연 배우 및 감독 등의 무대인사에 관한 정보를 제공하고 있어 사용자들의 관심을 유발할 수 있는 정보를 추가적으로 제공하고 있다. ‘멤버십’ 부분에서는 CGV와 메가박스, 프리머스가 다양한 정보를 제공하고 있는데, CGV는 특히 무비다이어리에 포함되어 있는 나의 영화 리뷰, 내가 본 영화 등 다양한 개인화 서비스를 제공하고 있다. 그리고 ‘고객센터’ 부분에서는 롯데시네마와 CGV가 많은 정보를 제공하고 있다. 특히 롯데

3) 한국영화연감, 영화진흥위원회(연도별)

4) 한국영화 동향과 전망, 영화진흥위원회, 2007. 1

<표 3> 영화관 웹사이트의 비교

영화관 웹사이트	CGV	롯데시네마	메가박스	프리머스	
영화정보	박스오피스	○	○		○
	현재상영작	○	○	○	○
	상영예정작	○	○	○	○
	지난상영작	○			
	제작중인 영화		○		
	예매가능 영화			○	
	포스터/월 페이퍼	○			
	영화뉴스		○		
	개봉작리뷰		○		
	매거진	○			
예고편, 뮤직비디오, 메이킹필름	○	○	○	○	
예매정보	빠른 예매	○	○		○
	상영시간표	○	○	○	○
	극장별 예매	○	○	○	○
	영화별 예매	○	○		○
	예매좌석 지정	○	○	○	○
	할인카드안내	○	○	○	○
	내 카드 할인금액보기	○			
	상품권 안내	○			○
	예매 가이드			○	○
	예매확인 취소	○	○	○	○
	단체관람문의	○	○		○
	영화 관람권 등록	○			○
	하이패스, 티켓리스	○	○		
선호극장·선호장르 지정	○	○	○	○	
극장정보	가격안내	○	○	○	○
	극장안내	○	○	○	○
	주변정보	○			
	포인트 생활	○			
이벤트	특별관	○			
	진행 중인 이벤트	○	○	○	○
	HOT 이벤트	○			
	지난 이벤트	○	○	○	
	당첨자 발표	○	○	○	○
	무대 인사	○			
멤버십	설문조사	○	○	○	○
	공지사항		○		
	멤버십 가입안내	○	○	○	○
	멤버십 카드안내	○	○	○	○
	멤버십 카드신청	○		○	○
고객센터	무비 다이어리	○			
	멤버십 포인트 안내	○	○	○	○
	공지사항	○	○		○
	분실물센터	○	○		
	카드분실신고		○		
기타	자주 묻는 질문	○	○	○	○
	고객의 소리	○	○	○	○
	회원가입·탈퇴·비밀번호문의	○	○	○	○
	고객센터	○	○		○
	사이트맵	○	○	○	○
	검색	○			○
모바일포털	○				
VIP	○				

시네마는 카드분실신고에 대한 추가적인 기능을 제공하고 있는 점이 특이하다. 마지막으로 ‘기타’ 부분에서는 CGV가 사이트의 검색기능을 제공하고 있어 사용자들이 보다 쉽고 빠르게 원하는 정보를 검색할 수 있다. 또한, 모바일 포털 기능을 통해서 모바일 예매 서비스를 제공하고, VIP전용 혜택에 대한 부가적인 정보 등 차별화된 서비스를 제공하고 있다. 반면 다른 영화관들은 회원가입, 사이트 맵 등 한정된 정보만을 제공하고 있다.

이러한 분석을 통해 랭키닷컴의 분야별 점유율에서 나타났듯이 영화 관람객들은 다양하고 풍부한 정보와 고객지향적인 차별화된 서비스를 제공하고 있는 CGV의 웹사이트를 많이 이용하고 있음을 알 수 있다.

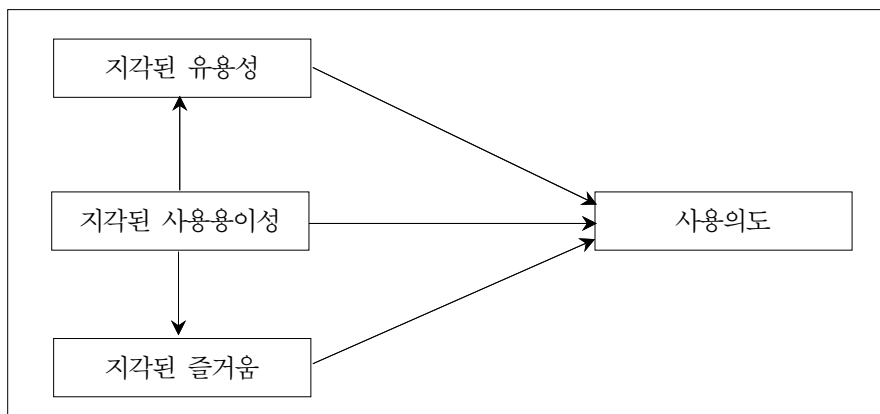
III. 연구 설계

3.1 연구모형 및 가설설정

본 연구는 영화관 웹사이트를 이용하는 사람

들을 대상으로 기술수용모델(TAM)과 동기이론을 통합적으로 고려하여 연구모형을 <그림 3>과 같이 설정하였다. 즉, 본 연구는 <그림 3>에서 보는 바와 같이 TAM의 중요한 2가지 변수인 지각된 사용 용이성 및 지각된 유용성(외재적 동기이기도 함)과 내재적 동기요인인 지각된 즐거움이 사용의도에 미치는 영향을 살펴본다. 본 연구모형과 TAM 모형의 주요 차이점을 살펴보면, ‘행동의도’ 변수가 개인의 실제행위를 가장 잘 예측한다는 선행연구들(강희택·김승운, 2006; 김종원, 2002; 최훈·김진우, 2006; Ajzen and Fishbein, 1975)의 연구결과를 토대로 ‘실제 사용’ 대신에 ‘사용의도’ 변수를 종속변수로 설정하였으며, ‘태도’ 변수의 매개적 역할이 미비하고 지각된 사용 용이성과 유용성이 행동의도에 직접적으로 영향을 미친다는 Davis et al.(1989)의 연구결과를 토대로 ‘태도’ 변수를 제외하였으며, 동기이론을 토대로 ‘지각된 즐거움’ 변수를 추가하였다.

한편, 많은 선행연구들에서 지각된 사용 용이성-유용성-즐거움의 전후관계는 연구자마다 차이가 있음을 알 수 있다. 예를 들어, Venkatesh(1999)



<그림 3> 연구모형

는 정보기술 훈련 과정에서 즐거움 요인이 있어야 정보기술에 대한 사용자 훈련이 더욱 효과적이며, 즐거움 요인은 유용성보다 사용 용이성에 더 영향을 준다는 사실을 밝혀냈다. 그 후에도 Venkatesh(2000)는 지각된 사용 용이성의 선행 요인을 탐색하는 연구에서 지각된 즐거움이 지각된 사용 용이성에 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 하지만, Teo et al.(1999)과 서창교와 성석주(2004)는 지각된 사용 용이성이 지각된 즐거움과 지각된 유용성에 영향을 미친다는 연구 결과를 제시하였다. 일반적으로 지각된 사용 용이성과 지각된 유용성의 전후관계는 TAM 이론에 근거하여 분명하게 제시되고 있지만, 지각된 사용 용이성-즐거움의 관계와 지각된 유용성-즐거움의 관계는 그렇지 못하다. 본 연구는 앞에서 언급하였듯이 영화관 웹사이트가 실용적인 정보와 쾌락적인 정보를 동시에 제공한다는 점에서 지각된 유용성과 지각된 즐거움은 같은 수준에 위치하고 있어야 한다는 전제하에 TAM에서 지각된 사용 용이성이 지각된 유용성의 선행 요인이라는 사실에 근거하여 이들의 관계를 <그림 3>과 같이 살펴보고자 한다.

TAM을 이론적 배경으로 연구를 수행한 많은 학자들에 의하면, 정보기술의 사용자는 정보기술이 사용하기가 용이할수록 더 유용한 것으로 인식하며, 더 유용하다고 인식할수록 해당 정보기술을 사용하고자 하는 태도 및 사용의도에 긍정적으로 영향을 미치며, 궁극적으로 해당 정보기술의 사용이 증대된다고 주장하고 이를 검증하였다(Davis, 1989; Davis et al. 1992; Venkatesh, 1999; 2000; Venkatesh and Davis, 2000). 또한, 정보기술 수용을 동기이론 관점에서 살펴본 연구들에 의하면, 정보기술의 사용자는 정보기술 사

용이 쉬우면 쉬울수록 더욱 더 재미를 느끼며, 결국 즐거움을 느낀다는 사실을 검증하였다(서창교 · 성석주, 2004; Moon and Kim, 2001; Teo et al., 1999). 그리고 Davis et al.(1992)은 지각된 즐거움(perceived enjoyment)을 기대되는 성과보상에 관계없이 컴퓨터 사용 그 자체가 즐겁다고 개인이 인식하는 정도라고 정의하고, 이러한 변수를 TAM 모형에 추가할 것을 주장하였다. 이와 같은 선행 연구들의 연구결과와 주장에 근거하여 다음과 같은 가설들을 설정하였다.

- 가설 1: 지각된 사용 용이성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 줄 것이다.
- 가설 2: 지각된 사용 용이성은 지각된 즐거움에 긍정적인 영향을 줄 것이다.
- 가설 3: 지각된 사용 용이성은 사용의도에 긍정적인 영향을 줄 것이다.
- 가설 4: 지각된 유용성은 사용의도에 긍정적인 영향을 줄 것이다.
- 가설 5: 지각된 즐거움은 사용의도에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

3.2 변수의 조작화

본 연구는 TAM과 동기이론의 선행연구들을 참고하여 연구모형의 변수들을 조작적으로 정의하였으며, Davis et al.(1989), Moon and Kim(2001), Van der Heijden(2004) 등의 연구에서 사용된 설문 항목들을 기초로 본 연구에 적합하도록 수정하여 리커트 7점 척도로 측정하였다. 구체적으로 지각된 사용 용이성은 사용자가 영화관 웹사이트를 쉽게 사용할 수 있다고 느끼는 정도를 말하며, ‘이 사이트 사용이 명료하고 이해하기 쉽다’, ‘이 사이트 이용은 정신적 노력이

크게 요구되지 않는다’, ‘이 사이트를 사용하는 것이 쉽다’, ‘이 사이트에서 내가 원하는 작업을 하기 쉽다’ 등 4개 항목으로 측정하였다.

지각된 유용성은 개인이 영화관 웹사이트의 사용으로부터 실질적이고 효과적인 도움을 얻을 수 있다고 믿는 정도를 말하며, ‘이 사이트를 사용함으로써 예전보다 극장에서 보고 싶은 영화를 보다 더 빠르고 쉽게 결정할 수 있다’, ‘이 사이트를 사용함으로써 예전보다 극장에서 보고 싶은 영화를 보다 더 잘 결정할 수 있다’, ‘이 사이트를 사용함으로써 예전보다 특정 영화를 보러 가고 싶은지 아닌지를 보다 더 빠르고 쉽게 결정할 수 있다’, ‘이 사이트를 사용함으로써 예전보다 특정 영화를 보러 가고 싶은지 아닌지를 보다 더 잘 결정할 수 있다’ 등 4개 항목을 이용하여 측정하였다.

지각된 즐거움은 영화관 웹사이트의 사용이 흥미롭고 재미있다고 개인이 믿는 정도를 말하며, ‘이 사이트를 이용하는 것이 즐겁다’, ‘이 사

이트를 이용하는 것이 흥분 된다’, ‘이 사이트를 이용하는 것이 기분 좋다’, ‘이 사이트를 이용하는 것이 흥미롭다’ 등 4개 항목으로 측정하였다. 마지막으로 사용의도는 사용자가 영화관 웹사이트를 지속적으로 사용할 의도나 가능성을 의미하며, ‘이 사이트를 곧 재방문할 것이다’, ‘이 사이트를 지속적으로 방문할 것이다’ 등 2개 항목을 사용하여 측정하였다.

IV. 실증 분석

4.1 자료수집 및 표본특성

본 연구는 영화관 웹사이트를 사용한 경험이 있는 개인을 대상으로 총 180부의 설문지를 온라인과 오프라인으로 수집하였다. 그 중 불성실하게 응답한 27부의 설문지를 제외하고, 153부

<표 4> 응답자의 분포 (n=153)

구 분	분 류	응답자수	비 율 (%)	구 분	분 류	응답자수	비 율 (%)
성 별	남	66	43.1	직 업	관리·사무직	39	25.49
	여	87	56.9		전문직·기술직	30	19.61
학 력	고등학교 이하	13	8.50		대학(원)생	49	32.03
	대학재학	43	28.10		자영업	6	3.92
	대학졸업	78	50.98		주부	6	3.92
	대학원 이상	19	12.42		기타	23	15.03
사 이 트	CGV	63	41.20		연 령	19세 미만	5
	롯데시네마	36	23.50	19세 ~ 24세		22	14.4
	메가박스	25	16.30	25세 ~ 29세		84	54.9
	프리머스	8	5.20	30세 ~ 34세		32	20.9
	기타	21	13.70	35세 ~ 39세		8	5.2
				40세 이상		2	1.3

의 설문지를 최종분석에 사용하였다. 수집된 자료에 대한 통계처리는 SPSS for Windows 12.0 패키지를 사용하여 적절성 평가를 위하여 빈도 분석, 신뢰성과 타당성 분석, 상관분석 등을 하였으며, 가설검증에는 구조방정식(Structural Equation Modeling) 모형인 AMOS 4.0을 사용하여 경로분석을 실시하였다.

표본의 인구통계학적 특성은 <표 4>와 같다. 남성이 66명(43.1%), 여성이 87명(56.9%)을 차지하였으며, 연령별 분포의 경우 19~29세 사이가 가장 많았으며, 교육수준은 대학재학 이상이 대부분이었으며, 직업은 다양하게 분포되었다. 한편, 본 연구의 응답자들이 주로 이용하는 영화관 웹사이트 이용률은 CGV 41.2%, 롯데시네마 23.5%, 메가박스 16.3%, 프리미어스 5.2% 등 총

86.2%로서, 앞서 살펴본 4개 영화관의 랭킹닷컴의 분야 점유율 약 84%와 유사한 비율로 구성되었다.

4.2 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구는 내적 일관성(internal consistency)의 여부를 측정하기 위하여 Cronbach Alpha 계수를 사용하였다. Cronbach Alpha 계수는 동일한 개념을 측정하기 위해 여러 개의 항목을 이용하는 경우 신뢰성을 저해하는 항목을 찾아내어 측정도구에서 제외시킴으로써 측정도구의 신뢰성을 높이기 위해 사용되는 계수로, Nunally and Bernstein(1994)은 탐색적 연구 분야에서 Cronbach Alpha 값이 0.6이상

<표 5> 신뢰성 및 요인분석

변수명	측정항목	항목수	구성성분				공통성 추정치	Cronbach' α
			요인1	요인2	요인3	요인4		
지각된 사용자 용이성	지각된 용이성 3	4	.823				.772	.785
	지각된 용이성 1		.638				.628	
	지각된 용이성 2		.607				.482	
	지각된 용이성 4		.587				.603	
지각된 유용성	지각된 유용성 2	4		.815			.720	.852
	지각된 유용성 3			.787			.731	
	지각된 유용성 1			.747			.606	
	지각된 유용성 4			.720			.702	
지각된 즐거움	지각된 즐거움 2	4			.740		.571	.720
	지각된 즐거움 3				.720		.622	
	지각된 즐거움 4				.665		.641	
	지각된 즐거움 1				.643		.680	
사용의도	사용의도 2	2				.900	.811	.764
	사용의도 1					.900	.811	
고유치			2.398	3.079	2.279	1.521		
설명분산(%)			19.986	25.657	18.995	81.06		
누적분산(%)			19.986	45.643	64.639	81.06		

이면 측정도구의 신뢰성은 만족할 만하다고 하였다. 본 연구에 사용된 변수 항목들의 신뢰성 측정결과는 <표 5>에 제시되어 있다. 이 표에 나타난 것과 같이 변수들의 Alpha 값이 0.720에서 0.852의 범위에 있기 때문에 본 연구의 검증을 위해 사용된 측정항목의 신뢰성은 확보된 것으로 나타났다.

또한, 본 연구는 측정도구의 개념 타당성 (construct validity)을 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석 (principal component analysis)을 이용하고, 고유치(eigenvalue)는 1.0이상을 기준으로, 요인 적재치(factor loading)는 0.5이상, 공통성추정치 0.4를 기준으로 하여 요인을 추출하였다. 요인회전방식은 요인축이 직각을 유지하도록 하면서 하나의 요인에 높이 적재되어 있는 변인의 수를 줄여서 요인의 해석에 중점을 두는 배리맥스 (varimax)방식을 이용하였다. 요인분석 결과, 요인이 4개 요인으로 추출되었고, 요인 적재치는 <표 5>와 같이 최저 0.587에서 최고 0.900의 범위로서 비교적 높은 값을 가지고 있으며, 전체 분산의 설명정도는 81.06%를 나타냈다.

한편, <표 6>에 나타난 독립변수와 종속변수 간의 상관계수를 살펴보면 가설에서 설정한 변수들 사이에 유의한 관계성이 있는 것을 확인할

수 있다. 특히 가설검증을 위해 실시할 다중회귀분석의 경우 다수의 독립변수가 모형에 투입됨으로 인해 생기는 다중공선성(multicollinearity)의 문제를 고려해야 하지만, <표 6>에서 보는 바와 같이 독립변수간의 다중공선성을 의심할 정도의 상관계수($r > 0.8$)는 나타나지 않았다. 또한, 허용도(tolerance) 값이 모두 0.478에서 0.693 사이에 존재해 0.1이상이고, 분산팽창요인(VIF) 값도 1.442에서 2.092사이에 존재해 10보다 작아 다중공선성은 없는 것으로 해석할 수 있다.

4.3 연구가설 검증

4.3.1 연구모형 분석

연구모형의 적합도와 모수들을 추정하기 위하여, 본 연구는 모수추정법으로 추정 변수들의 정규 분포성을 가정하는 최우추정법(maximum likelihood method)을 이용하였으며, 원 자료를 그대로 반영하여 분석 자료로 사용하였다. <표 7>에 제시된 연구모형의 적합도 지수를 살펴보면, 카이자승통계량($\chi^2/자유도$)=3.756, 원소평균자승잔차(RMR)=0.017, 기초부합지수(GFI)=0.988, 수정부합지수(AGFI)=0.879, 표준부합지수(NFI)=0.987 등으로 나타나 모형의 적합도

<표 6> 구성개념의 상관관계

	평균	표준편차	지각된 사용용이성	지각된 유용성	지각된 즐거움	사용의도
지각된 사용용이성	5.1176	0.73116	1.000			
지각된 유용성	5.0817	0.79515	0.676***	1.000		
지각된 즐거움	4.2075	0.60344	0.538***	0.461***	1.000	
사용의도	5.2222	0.92993	0.710***	0.677***	0.583***	1.000

*** p<0.001

<표 7> 연구모형의 적합도

비교기준	카이자승통계량(χ^2):df	GFI	AGFI	NFI	RMF
요구수준	.	0.9이상	0.8이상	0.9이상	0.05이하
분석결과	3.756 : 1 (0.053)	0.988	0.879	0.987	0.017

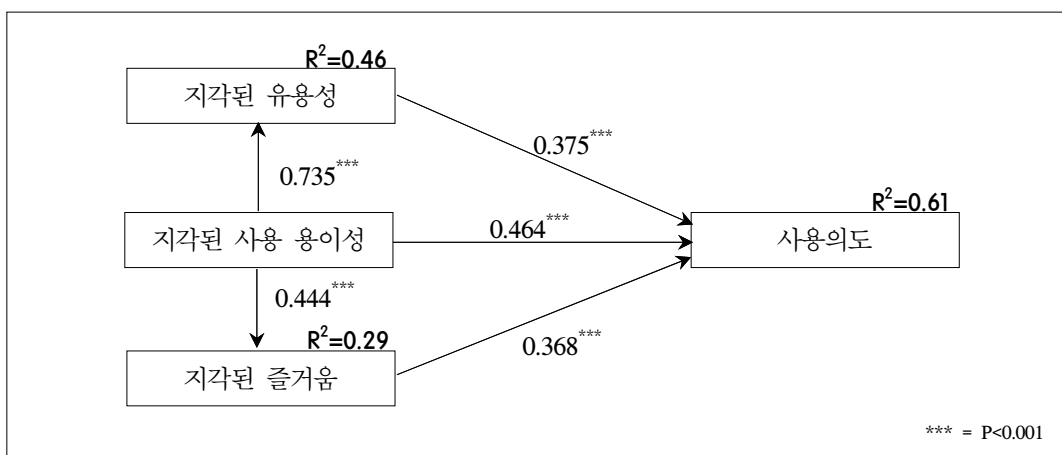
수준은 대체로 만족스런 결과를 보였다. 따라서 본 연구에서 설정한 연구모형은 지각된 사용 용이성, 지각된 유용성, 지각된 즐거움 등 3개의 신념변수들과 영화관 웹사이트 사용의도간의 구조적 인과관계를 설명하는데 적합한 모형이라고 할 수 있다.

한편, AMOS 4.0을 사용하여 경로분석을 실시한 결과 나타난 경로도(path diagram)는 <그림 4>와 같다. 내생변수들에 대한 다중상관자승치(Squared Multiple Correlations; SMC, 회귀분석의 R^2 과 유사)를 살펴보면, 지각된 유용성은 46%, 지각된 즐거움은 29%, 그리고 사용의도는 61%를 보여주고 있다. 모든 구성개념에 대한 설명력을 나타내는 이러한 수치들은 Falk and Miller(1992)가 제시한 적절한 검정력 10%를 상회하고 있으므로 전반적으로 모형의 설명력이

높다고 할 수 있다.

4.3.2 가설검증 결과

지각된 사용 용이성이 높아질수록 지각된 유용성이 높아진다는 가설 1은 통계적으로 채택되었으며, 경로계수는 0.735($p=0.000$)로 높게 나타났다. 이는 Davis et al.(1992)이 제시한 지각된 사용 용이성은 지각된 유용성에 강한 영향을 미친다는 연구결과와 Hsu and Lu(2004)가 제시한 지각된 사용 용이성이 지각된 유용성 변량의 많은 부분을 설명하고 있다는 연구결과 등 대다수의 TAM 연구들과 동일한 결과를 얻었다. 이러한 결과는 영화관 웹사이트의 사용 용이성을 향상시킴으로서 사용자들이 지각하는 유용성을 향상시킬 수 있음을 의미한다. 그리고 지각된 사용 용이성이 지각된 즐거움에 긍정적인 영향



<그림 4> 연구모형의 분석결과

을 미친다는 가설 2도 통계적으로 유의하였으며, 경로계수는 0.444(p=0.000)로 나타났다. 이러한 결과는 동기이론을 이론적 배경으로 수행한 Teo et al.(1999)과 서창교와 성석주(2004)의 연구결과와 동일하였다. 따라서 이 결과를 토대로 영화관 웹사이트의 사용 용이성을 향상시킴으로써 지각된 즐거움을 향상시킬 수 있는 것으로 해석된다.

또한, 지각된 사용 용이성이 영화관 웹사이트 사용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 가설 3과 지각된 유용성이 영화관 웹사이트 사용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 가설 4는 각각 경로계수가 0.464(p=0.000)와 0.375(p=0.000)로 통계적으로 채택되었으며, 이러한 결과는 TAM을 근간으로 수행한 선행연구들과 동일하게 나타났다. 이러한 결과는 사용자들이 영화관 웹사이트를 사용하는 것이 쉽고 유용하다고 지각하는 개인의 신념이 사용의도에 영향을 미치는 중요한 요인이라는 것을 제시하고 있다. 마지막으로 지각된 즐거움이 영화관 사이트 사용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 가설 5는 통계적으로

유의하였으며, 경로계수 0.368(p=0.000)로 나타났다. 이러한 결과는 영화관 웹사이트를 이용하는 과정에서 느끼는 즐거움이 개인 행위의 동기 부여가 될 수 있다는 것을 보여주고 있다. 따라서 본 연구에서 설정한 5개의 가설들은 모두 채택되었으며, 그 결과를 요약하면 <표 8>과 같다.

V. 결론

본 연구는 실용적 정보와 쾌락적 정보를 동시에 제공하는 영화관 웹사이트의 사용의도에 영향을 주는 요인들을 탐색하기 위하여 TAM과 동기이론을 접목한 연구모형을 설정하고 구조방정식을 통하여 요인간의 인과관계를 검증하였다. 그 결과에 의하면, 지각된 사용 용이성이 지각된 유용성과 지각된 즐거움에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 지각된 사용 용이성, 지각된 유용성, 지각된 즐거움 등의 3가지 신념변수들이 사용의도에 유의한 영향을 미치는 주요 요인으로 밝혀졌다.

<표 8> 검증결과의 요약

가설	가설경로		가설 방향	경로계수 (표준화추정치)	t값	p	R ²	결과	
	From	To							
가설1	지각된 용이성	→	지각된 유용성	+	0.735	11.303	0.000	0.46	채택
가설2		→	지각된 즐거움	+	0.444	7.868	0.000		0.29
가설3	지각된 용이성	→	사용의도	+	0.464	4.839	0.000	0.61	채택
가설4	지각된 유용성	→		+	0.375	4.695	0.000		채택
가설5	지각된 즐거움	→		+	0.368	3.998	0.000		채택

이러한 연구결과를 토대로 몇 가지 시사점을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 정보시스템 분야에서 개인의 정보기술 수용에 관한 대표적 모형인 TAM과 개인의 특정 행위를 설명하는데 대표적 이론인 동기이론을 결합한 통합모형을 제시하고 그 모형을 검증하였다는 점이다. 특히 다른 선행연구와는 달리 본 연구는 이러한 통합모형에 업무 지향형과 엔터테인먼트 지향형의 성격을 동시에 지닌 영화관 웹사이트를 대상으로 연구가 진행되었다는 점을 들 수 있다. 둘째, 영화관 웹사이트의 설계자와 운영자들에게 유용한 정보를 제공할 수 있다. 사용자의 지속적인 방문을 유도하기 위해서 시스템 실무자들은 사용 용이성과 유용성을 증대시킬 뿐만 아니라 그 이용 과정에서 개인이 지각할 수 있는 즐거움을 향상시킬 수 있도록 영화관 웹사이트를 개선하고 운영할 필요성을 제공하고 있다. 특히 신념변수와 사용의도간의 직접적인 관계를 살펴본 본 연구결과에 의하면, 지각된 사용 용이성이 다른 신념변수들에 비해 사용의도에 상대적으로 더 많은 영향을 주었다. 이러한 결과는 웹의 사용이 최근에 일반화되면서 사용 용이성의 중요성이 감소되는 추세와 다르게 나타났지만, 지각된 사용 용이성이 사용자의 유용한 경험과 쾌락적 경험을 증가시킬 수 있기 때문에 영화관 웹사이트의 지속적 사용에 지각된 사용 용이성이 중심적 역할을 수행한다고 할 수 있다 (Van der Heijden, 2004). 따라서, 이러한 결과를 토대로 영화관 웹사이트의 설계자와 개발자는 사용자의 지속적인 방문을 위하여 웹사이트의 인터페이스를 더욱 편리하고 이해하기 쉽도록 설계하고 개발하여야 할 것이다.

한편, 본 연구결과를 해석함에 몇 가지 유의

할 점과 향후 연구과제로는 다음과 같다. 첫째, 본 연구의 표본이 20~30대의 젊은 층으로 구성되어(약 90%) 있기 때문에 연구결과를 일반화하기에는 무리가 따를 수 있다. 물론 인터넷 이용자의 대부분이 고학력의 젊은 층이 큰 비중을 차지하는 것이 일반적이지만, 인터넷의 확산으로 그 이용대상층이 연령별로 확대되고 있는 점을 고려하면 표본 대표성의 문제점을 지적할 수 있다. 둘째, 일반적으로 구조방정식을 이용하고자 하는 경우에 200개 이상의 표본을 권장하는데 반해 본 연구에 사용된 표본 수는 이보다 적어 본 연구의 결과를 일반화하기에는 약간의 무리가 있을 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 전체 모집단을 대표할 수 있는 많은 표본을 선정하여 본 연구의 결과를 확인할 필요가 있다. 셋째, 본 연구는 영화관 웹사이트를 실용적이고 쾌락적인 성격을 지닌 정보시스템으로 정의하고 연구를 수행하였다. 하지만 본 연구의 사용자들은 대부분 영화예매와 영화정보 획득 등 실용적인 목적 때문에 영화관 웹사이트를 이용하는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구의 결과를 일반화하기 위해서 향후 연구에서는 보다 더 쾌락적 성격을 지닌 정보기술을 대상으로 본 연구모형을 적용할 필요가 있다. 넷째, 본 연구는 내재적 동기요인인 지각된 즐거움이 사용의도에 미치는 영향을 살펴보았는데, 향후 연구에서는 지각된 즐거움에 영향을 미치는 선행요인들을 탐색하는 연구를 수행할 필요가 있다. 이러한 선행요인들을 살펴봄으로써 실무적인 차원의 시사점을 제시할 수 있을 것이다. 마지막으로 본 연구는 사용의도를 종속변수로 설정하여 신념변수들의 관계를 살펴보았다. 많은 선행연구들에 의하면 사용의도가 개인의 실제사용을 가

장 잘 예측한다고 하지만, 산업계의 종사자들은 정보기술의 실제사용과 그 사용성과에 많은 관심이 있기 때문에 본 연구모형을 확장하는 향후 연구가 필요하다.

참고문헌

- 강희택, 김승운, “쾌락적 정보시스템의 지속적 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” *Information Systems Review*, 제8권, 제3호, 2006, pp.153-174.
- 구동모, “혁신기술수용모델(TAM)을 응용한 인터넷쇼핑행동 고찰,” *경영정보학연구*, 제13권, 제1호, 2003, pp. 141-170.
- 김경, “복합상영관(멀티플렉스) 극장의 현황과 전망,” 한국영화학회 춘계 심포지엄, 2000.
- 김종원, “An Empirical Analysis of the Relationships Among Personal Characteristics, Perceived Attributes, and ESS Utilization,” *경영학연구*, 제31권, 제5호, 2002, pp. 1185-1210.
- 김진호, “부산지역의 영화관 형태별 만족도 비교연구,” 동명정보대 정보대학원 석사학위논문, 2004.
- 서창교, 성석주, “개인 특성이 인터넷 쇼핑물 사용의도에 미치는 영향,” *경영정보학연구*, 제14권, 제3호, 2004, pp. 1-22.
- 신삼호, “Multiplex가 한국영화산업 구조에 미친 영향에 관한 연구,” 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위 논문, 2005.
- 이동만, 이영숙, 안현숙. “인터넷 사용과 지각의 성별차이에 관한 연구,” *경영정보학연구*, 제12권, 제1호, 2002, pp. 103-122.
- 이용규, 이승현, “정보기술 사용에서의 놀이성, 유용성 그리고 사회적 영향: 미니홈피 사용을 중심으로,” *경영정보학연구*, 제15권, 제3호, 2005, pp. 91-109.
- 이원준, 이정섭, 김태웅, 백태영. “무선 인터넷 서비스의 사용자 수용,” *경영정보학연구*, 제14권, 제2호, 2004, pp. 61-86.
- 지호준, 21세기 경영학, 제3판, 범문사, 2007.
- 최훈, 김진우, “불확실성 회피성향이 수용 후 행동에 미치는 영향: 모바일 인터넷 서비스를 중심으로,” *경영정보학연구*, 제16권, 제3호, 2006, pp. 95-116.
- Chau, P.Y.K. and Hu, P.J.H., “Information Technology Acceptance by Individual Professionals: A Model Comparison Approach,” *Decision Sciences*, Vol. 32, No. 4, 2001, pp. 699-719.
- Chen, L.D., Gillenson, M.L., and Sherrell, D.L., “Enticing Online Consumers: An Extended Technology Acceptance Perspective,” *Information & Management*, Vol. 39, 2002, pp. 705-719.
- Childers, T.L., Carr, C.L., Peck, J., and Carson, S., “Hedonic and Utilitarian Motivations for Online Retail Shopping Behavior,” *Journal of Retailing*, Vol. 77, 2001, pp. 511-535.
- Davis, F.D., *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*, Unpublished Doctoral Dissertation, MIT, 1985.
- Davis, F.D., “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly*, Vol. 13, No.

- 3, 1989, pp. 319-340.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R., "Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace," *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 22, No. 14, 1992, pp. 1111-1132.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R., "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models," *Management Science*, Vol. 35, No. 8, 1989, pp. 982-1003.
- Deci, E.L., *Intrinsic Motivation*, Plenum Press, New York, 1975.
- Falk, R.F. and Miller, N.B., *A Primer for Soft Modeling*, University of Akron Press, Ohio, 1992.
- Fishben, M. and Ajzen, I., *Belief, Attitude, Intentions and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, 1975.
- Hsu, C.L. and Lu, H.P., "Why Do People Play On-line Games? An Extended TAM with Social Influences and Flow Experience," *Information & Management*, Vol. 41, 2004, pp. 853-868.
- Koufaris, M., "Applying the Technology Acceptance Model and Flow Theory to Online Consumer Behavior," *Information Systems Research*, Vol. 13, No. 2, 2002, pp. 205-223.
- Lee, I., Kim, J.S., and Kim, J.W., "Use Contexts for the Mobile Data: A Longitudinal Study Monitoring Actual Use of Mobile Data Services," *International Journal of Human Computer Interaction*, Vol. 18, No. 3, 2005, pp. 269-292.
- Moon, J.W. and Kim, Y.G., "Extending the TAM for a World-Wide-Web Context," *Information & Management*, Vol. 38, 2001, pp. 217-230.
- Nunnally, J.C. and Bernstein, I.H., *Psychometric Theory*, 3rd Edition, New York: McGraw-Hill, 1994.
- Ryan, R.M. and Deci, E.L., "Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions," *Contemporary Educational Psychology*, Vol. 25, 2000, pp. 54-67.
- Teo, T.S.H., Lim, V.K.G., and Lai, R.Y.C., "Intrinsic and Extrinsic Motivation in Internet Usage," *Omega, International Journal of Management Science*, Vol. 27, 1999, pp. 25-37.
- Van der Heijden, H., "User Acceptance of Hedonic Information Systems," *MIS Quarterly*, Vol. 28, No. 4, 2004, pp. 695-704.
- Venkatesh, V., "Creation of Favorable User Perceptions: Exploring the Role of Intrinsic Motivation," *MIS Quarterly*, Vol. 23, No. 3, 1999, pp. 319-340.
- Venkatesh, V. "Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model," *Information Systems Research*, Vol. 11, No. 4, 2000, pp. 342-365.
- Venkatesh, V. and Brown, S.A., "A Longitudinal

Investigation of Personal Computers in Homes: Adoption Determinants and Emerging Challenges," *MIS Quarterly*, Vol. 25, No. 1, 2001, pp. 71-102.

Venkatesh, V. and Davis, F.D., "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*, Vol. 46, No. 2, 2000, pp. 186-204.

김은정 (Eun-Jung Kim)



동의대학교 경영정보학과에서 경영학 학사, 석사를 마쳤으며, 현재 동의대학교 경영정보학과 박사과정을 수료하였다.

주요 관심분야로는 정보기술수용, e러닝, 온라인 커뮤니티, 지식경영 성과, 온라인 계

입 등이다.

김종원 (Jong-Weon Kim)



인하대학교 경영학과를 졸업하고, University of Nebraska-Lincoln 에서 MBA와 박사학위를 취득 하였으며, 현재 동의대학교 경영정보학과 부교수로 재직하고 있다. *Asia Pacific Management Review*, 경영학 연구, 경영정보학연구, 경영과학, 대한경영학회지, 정보시스템연구, 한국산업정보학회지 등에 논문을 게재하였으며, 주요 관심분야는 정보기술의 수용 및 응용, 지속가능경영, 지식경영, KMS, e-비즈니스, DSS 등이다.

정석찬 (Seok-Chan Jeong)



부산대학교 기계설계학과에서 학사를 마쳤으며, 일본 오사카부립대학 대학원에서 경영공학으로 박사학위를 취득하였다.

한국전자통신연구원에서 CALS요소기술 개발 PM을 담당하였으며, 현재 동의대학교 e비즈니스학과 부교수로 재직중이다. 주요 연구관심 분야는 e-비즈니스 시스템, ERP/SCM 등과 같은 정보시스템 유비쿼터스 등이다.

<Abstract>

An Empirical Investigation of IT Adoption: Based on Movie Website

Jong-Weon Kim · Seok-Chan Jeong · Eun-Jung Kim

Most of the Information Systems(IS) literature has focused on utilitarian or hedonic Information Technology(IT) to explain and predict IT adoption and use. This study investigates the relationships among individuals' beliefs and intention to use of movie website, which has both utilitarian and hedonic characteristics simultaneously. As a theoretical background, this study adopts Technology Acceptance Model(TAM) and Motivation Theory, in which the former is well-known as a theory of IT adoption and use in IS field, and the latter is famous for a theory of individual's behavior in organizational behavior field. With 153 responses, five hypotheses are tested by using structured equation model. The results show that perceived ease of use positively influences perceived usefulness and perceived enjoyment, and that all individuals' beliefs have a positive impact on intention to use of movie web-site. Based upon the study results, movie website's managers and professionals can plan and conduct their courses of action effectively for users' continuous visits on their operating website.

Keywords : Technology Acceptance Model(TAM), Motivation Theory, Movie Website

* 이 논문은 2007년 8월 30일 접수하여 1차 수정을 거쳐 2007년 10월 15일 게재 확정되었습니다.